

## Почему не стоит заказывать косметику по каталогам?

Психология женщины – наука странная и противоречивая. Во-первых, мы любим, заниматься иногда настолько бесполезными вещами, что сами себе диву даемся. Мы придумываем себе различного рода хобби, отдых, и прочие развлечения, которые могут приносить нам удовольствие, но пользы в этом мало. Одно из таких увлечений, это заказывать косметику по каталогам. Для многих женщин это своеобразный обряд и даже некий образ жизни.

Многие женщины и девушки со столь странной привязанностью к каталожной косметике даже создают форумы и общаются в Интернете, обсуждая новинки и скидки косметики по каталогу, вот несколько высказываний, чтобы вам стало ясно, что я имею в виду:

### **Стерва**

Мне гораздо больше нравится заказывать по каталогу! Сидишь дома, нюхаешь пробники... В спокойной обстановке подсчитываешь... И всё ок!

### **Оля-ля**

Я очень люблю эту косметику, заказываю обычно по каталогам, которые прямо мне домой присылают. Обожаю, тушь для ресниц, туалетную воду, вся ванная у меня заставлена кремами для душа и тела, для рук и лица.

### **Лариса**

А мне нравится по каталогам заказывать, картинки разглядывать. Даже сама недавно зарегистрировалась, причем в двух фирмах.

Но этим я не исключаю прогулки по магазинам. У меня много косметики и других фирм. Я с этим согласна. Самое главное, можно обойтись без различных салонов красоты. Все делать в домашних условиях. И себе приятно, и кошелек не так обделен. Только недавно попробовала еще пилинг после бани – вещь изумительная!!! Недавно появилась проблема со ступнями (я имею в виду, огрубела кожа) после «домашнего сеанса» – радости было очень много.

## Чем именно привлекает представительниц прекрасного пола такая косметика?

**1. Сам каталог**, это бумажное царство парфюмерии, косметики, аксессуаров и бижутерии. На страницах каталога все гламурно и, как говорится, радует глаз. Хорошее качество каталога определяет успешное распространение предлагаемой косметики.

**2. Различного рода скидки, спецпредложения, распродажи.** Обычно это период, предпраздничного бума, когда нужно делать огромное количество подарков, а скидки и распродажи очень льстят клиенткам. Это может быть несколько вариантов такого рода «заманух». Купите два средства по цене одного, купите одно, второе получите в подарок, купите на N... сумму и можете приобрести, обычно что-то из бижутерии со скидкой в 50%. Такого рода предложения обычно без внимания не остаются, иногда женщины просто-напросто ждут их, и тогда скупают все.

**3. Цвет.** Обычно производитель выпускает косметическую серию в единой цветовой гамме, это делает косметику более солидной и оригинальной. Магия цвета оформления косметики играет не последнюю роль в распространении. Здесь срабатывает фактор напоминания.

**4. Конкурсы,** акции, письма читателей, опросы, клинические исследования. Любое информационное упоминание о фирме – производители создает позитивную репутацию. А хорошая репутация, это, в первую очередь, доверие.

**5.Новинки** парфюмерии, декоративной косметики и прочие. Это всегда праздник и хорошее настроение.

И именно такая воодушевленность порой не дает женщине рассмотреть конкретные недостатки и рекламные уловки фирм производителей.

**На что же, все-таки стоит обратить внимание?**

**Во-первых,** размер предмета в каталоге чаще всего больше истинного. Например, карандаш, крем или флакон духов в действительности оказываются таким маленьким, что «сниженная цена» вполне уместна. В каталогах солидных фирм всегда указывается размер и объем товара, так что не «покупайтесь» на увеличенный рисунок.

**Во-вторых,** очень популярный метод слегка обмануть покупателя – разместить рядом (на одной странице, развороте) баночки одинакового размера на бумаге, но разного

объема в действительности. И тогда за словами «любой за 99 рублей» стоит разница, шампунь – 500 мл за 99 рублей, но непривлекательный, или шампунь 250 мл за те же 99 рублей, но хорошего дизайна и цветового исполнения. Скорее всего, главную информацию (про 250 мл) никто не заметит. В данном случае выгода – продать не тот шампунь, который по каким-то причинам отталкивает взор (картинка в этом случае может быть специально размытой и бледной), а сбыть партию флаконов по 250 мл.

**В-третьих**, соответствие цветовой гамме. Часто помада оказывается далекой от «вашего, любимого» цвета, который вы наконец-то нашли в каталоге. Для подбора лаков и помады в тон используйте специальные коды, а при покупке тональных и декоративных косметических средств – таблицы соответствия цветов. Самый лучший и надежный вариант – сначала заказать пробник помады, крема или лака. Но все равно, будьте осторожны, часто даже пробники не соответствуют оригиналу. Такие издержки производства могут ударить если не по карману, то по самолюбию это точно. Женщины в выборе косметики очень капризны.

**Четвертое**, и самое интересное. Рекламисты изучили психологию человека настолько подробно, что могут навязывать нам свое мнение. Заставить вас купить товар несложно – надо лишь поиграть с красками, расположением, текстом и ценой. Именно цена для многих важнее всех других характеристик. Удивительно, но факт: психика большинства людей устроена так, что разница между 100 и 99,99 кажется огромной. Если речь идет о деньгах – одна копейка (хоть и рубль бережет) превращается в нашем сознании в десять рублей! Да-да, именно так. Неужели математики всего мира плохо учат своих подопечных: округление 99,99 по всем правилам арифметики привело бы к появлению двух нулей – 100. Но в глазах читателя каталога 99,99 становится 90!!! Эта нелепица даже доказана психологами. И выбирая между ценой с запятой и круглой суммой, мы подсознательно бросаемся на первую.

Рано или поздно фанатки косметики по каталогу становятся более сдержанными в выборе косметики. Обычно этому способствует разочарование в том или ином косметическом продукте.

### Shusia

Раньше, я иногда заказывала, но теперь разочаровалась в заказах по каталогу, уже год ничего не заказываю и никаких разочарований. Гораздо интереснее ходить по магазинам, понюхать, пощупать, попробовать, голову продавцам поморочить. В общем, я за то, чтобы видеть, что покупаешь!!!

### Kcusha

Раньше много чего заказывала, но как-то обожглась, теперь делаю это все реже и реже. Такое ощущение, что покупаешь кота в мешке. Мне нравится самой ходить выбирать, чтобы можно было понюхать, рассмотреть лучше, попробовать и т.д.

**Алена**

Я тоже перестала заказывать по каталогу. Надоело ждать, да и декоративка заказанная частенько разочаровывает (не тот цвет). Потаскаться по магазинам – это святое.

И вот, отказавшись от декоративной косметики, все реже заказываешь «любимые» духи или гели для душа, а то и вовсе пошла с подружкой выбирать новое платье, а вернулась домой с приличным пакетом косметики. Как говорится, всему свое время, чтобы понять, кто тебя дурачит, а кто действительно заинтересован в твоей красоте. Желаю удачи!

Автор - **Наталья Шими́на**

[Источник](#)