

REKLAMA – SUPERGAME



1 Odpovězte na následující otázky:

A) Popište, co reklama nabízí. (Jaký je hlavní produkt, jaká je jeho cena a jaké jsou bonusy.)

➔ Nabízený produkt je desková hra SUPERGAME. Cena základní hry je 599 Kč. Obsahem balení je herní deska, 4 figurky, 1 kostka a pravidla. Bonusem je rozšířená verze za 99 Kč, která obsahuje nové figurky, karty a extra úkoly.

B) Jaké důležité informace o hře znáte po přečtení reklamy? Chybí nějaké důležité informace?

➔ Známe cenu základní hry, existenci placeného bonusu, že jsou potřeba tři rozšíření a že poštovné zdarma je až nad 900 Kč. Chybí například: věk hráčů, počet hráčů, kdo hru vyrábí/prodává, kontakt, dostupnost, přesná výše poštovného pod 900 Kč, zda je cena s DPH.

C) Důvěřovali byste této reklamě? Proč? Napište tři konkrétní důvody.

➔ Nedůvěřovali.

- Nedoložený superlativ NEJLEPŠÍ HRA ROKU – chybí jakýkoli důkaz (název ocenění, rok, porota, logo soutěže).

- Bonus obvykle znamená výhodu zdarma nebo bez příplatku – tady se poštovné platí. Slovo bonus je zavádějící.
- Cenová manipulace: Doporučení „Pro začátek ti budou stačit tři rozšíření“ dovede zákazníka na 896 Kč, tedy těsně pod hranici pro poštovné zdarma (900 Kč). To nutí přikoupit další položku.

D) Jsou v reklamě výroky, které by bylo dobré ověřit?

➔ **NEJLEPŠÍ HRA ROKU** – kdo a kdy ocenil?

Bonus – rozšířená verze jen za 99 Kč – co přesně obsahuje a proč se placené rozšíření nazývá bonus?

Pro začátek ti budou stačit tři rozšíření – na základě čeho „stačí“? Je základ nehratelný bez rozšíření?

E) Pokud se rozhodnete hru objednat, kolik za ni zaplatíte? Budete platit poštovné?

➔ Samotná hra = 599 Kč – poštovné zdarma nezískáš.

Hra + bonus $599 + 99 = 698$ Kč – stále bez poštovného zdarma.

Hra + tři rozšíření $599 + 3 \times 99 = 599 + 297 = 896$ Kč – stále platíme poštovné.

Poštovné zdarma až nad 900 Kč: z doporučené kombinace se k němu záměrně „nedostaneš“ (chybí 4 Kč). Závěr: stanovení ceny je manipulativní – má dotlačit k dalšímu nákupu.

F) Jsou v reklamě slova, která vnímáte, že by vás měla ovlivnit při výběru?

➔ nejlepší, jen 599 Kč, bonus, rozšířená verze, zdarma

G) Jakou skupinu lidí se snaží reklama oslovit? Jak to poznáte?

➔ Cílí na děti a rodiny (hravé kresby, barevnost, jednoduchý jazyk, „cool“ figurky s brýlemi).

Kombinuje dětsky působící vizuál s dospěláckými triky v cenotvorbě.

2 Napište závěrečné zhodnocení reklamy:

➔ *Reklama na SUPERGAME je zavádějící až lživá. Používá nedoložené označení nejlepší hra roku, označuje placené rozšíření jako bonus, s doporučením tří rozšíření záměrně dovede jen na 896 Kč, tedy pod hranici pro poštovné zdarma (nastavenou na 900 Kč), aby donutila nakoupit víc. Současně zamlčuje podstatné údaje (věk, hráči, výrobce, kontakty, výše poštovného).*