

أولياء أمور: فخّ العروض غير مقنع.. والجودة قبل السعر



تحقيق: يمامة بدوان

أكد عدد من أولياء الأمور، قدرتهم على تقنين المشتريات الخاصة بالمستلزمات المدرسة خلال الفترة الماضية، لظروف التعليم عن بُعد، لكن مع الاستعداد للعام الدراسي الجديد، فإن الأغلبية بدأت تتسوق لمتطلبات أبنائها الطلبة، ووجدوا أن العروض الترويجية ليست إلا فخاً غير مقنع لجذب اهتمامهم. وقالوا إن جودة المنتج أهم من السعر الأقل، خاصة في ما يتعلق بالحقائب وحافظات المياه والطعام، إلا أن بعضاً منهم لجأ إلى حيلة التسوق للعام الدراسي الجديد فور انتهاء امتحانات العام الذي سبقه. «الخليج» تجولت في إحدى الجمعيات التعاونية، ورصدت عروضاً ترويجية جاذبة بألوانها الزاهية، بينما عمدت كثير من المكتبات إلى استغلال الفرصة ذاتها، للإعلان عن حملات بيع القرطاسية ومتطلبات الدراسة، مع توفير عبوة معقم «مجانياً».

وأكد رامي خضر أن التعليم عن بُعد، عزز تقنين مشتريات ما قبل الموسم الدراسي الجديد، خاصة أن لديه 4 أبناء في مراحل مختلفة؛ إذ إنه لم يعمد إلى شراء حقائب مدرسية لأبنائه مثل كل عام، فضلاً عن الأدوات الأخرى كصندوق

الطعام وزجاجة المياه الخاصة بالطلبة وغيرها.

وأوضح أنه على الرغم من شعوره بعدم الراحة لوجود أبنائه طوال الوقت في المنزل، والإزعاج الذي يسببونه، فإن لذلك بعض الإيجابيات، مثل اطلاعه على كيفية تلقيهم للدروس عبر الأجهزة اللوحية، وعدم تشتتهم، فضلاً عن محافظتهم على تناول وجبات صحية خفيفة، ما يعزز مناعتهم.

أما محمد العامودي، فقال إن الاستعداد للعام الدراسي وشراء كل ما يتعلق بأدوات القرطاسية، يبدأ فعلياً فور الانتهاء من الفصل الدراسي الثالث، خاصة أن الأسعار تكون في متناول الأيدي، ما يجعله يتسوق كل ما ترغب فيه ابنته ذات الأعوام السبعة مبكراً، ومن دون التذمّر من المغالاة في الأسعار والعروض التي يجدها غير مقنعة. ولفت إلى أن أكثر ما يعاينيه أولياء الأمور عند شراء متطلبات القرطاسية، هو اصطحابهم لأبنائهم خلال التسوق، ما يجعلهم يرضخون لمتطلباتهم وإصرارهم على شراء كل ما هو جديد، في مسaire لهم ومنعاً لحالات الغضب التي قد تصيبهم، من دون أن يعوا أن رسوم الشخصيات المطبوعة على الحقائق ليست إلا أداة جاذبة لعقولهم البريئة.

وأكد أن العروض الترويجية التي تنفذها بعض منافذ البيع الكبرى، مع حلول موسم العودة إلى المدارس، لم تعد تجذب أولياء الأمور كما في السابق، خاصة أن المغالاة في طرحها تشتت انتباه المتسوقين الذين يسعون لشراء المنتجات الخفيفة وغير البراقة، وذات السعر المعقول، حرصاً على زرع ذلك في نفوس أبنائهم منذ الصغر، لما يعززه من القوة في شخصياتهم مستقبلاً، في حين قال فراس العارضة، إنه في حيرة من أمره؛ كونه لم تؤكد له المدرسة أي نظام تعليمي سيتلقاه أبنائه، سواء كان تقليدياً أو عن بُعد، ما يجعله غير قادر على شراء أي من المستلزمات والحقائب والزي، ومع ذلك، فإنه يرى أن التعليم عن بُعد أثمر تقليل المشتريات.

وتابع أن المشكلة تكمن في أن الوقت ليس في مصلحة أولياء الأمور؛ إذ إنه في حال إقرار إدارة المدرسة إلزامية حضور الطلبة بشكل اعتيادي، فسيكون الوالدان في سباق مع الزمن، لتسوق كل الاحتياجات، ما يضعهم في موقف صعب، خاصة أن أبناءهم صغار لا يدركون أهمية اختيار المكان الأقل سعراً، للإيفاء بمتطلبات 4 أبناء في مختلف المراحل الدراسية.

إلا أن زهير محمد له رأي آخر، خاصة أنه يقوم بجولات في السوق قبل الشراء، وتحديدًا خلال العروض الترويجية من دون اصطحاب أبنائه الثلاثة معه، وعندما يجد المكان المناسب والسعر والجودة، يشتري المستلزمات المدرسية. ودعا أولياء الأمور إلى البحث عن مستلزمات الطلبة المدرسية عبر مواقع التسوق؛ كونها توصل تقديم عروض لفترات غير محدودة، بأسعار أقل من الموجود في كثير من المنافذ.

تقليل الأعباء

وفي المقابل، فإن العروض الترويجية التي تطلقها الجمعيات التعاونية قبل حلول العام الدراسي الجديد، تسهم في تقليل الأعباء على العائلات، حيث أوضح شعيب الحمادي مدير أول بقسم التسويق والإعلام في تعاونية الاتحاد في دبي، أن التعاونية أطلقت 3 حملات ترويجية تزامناً مع العودة إلى المدارس، لتخفيف الأعباء عن كاهل الأسر، والمساهمة في بناء مجتمع سلاحه العلم، حيث طرحت عروضاً وتخفيضات بنسب تصل إلى 50%، وشملت سلعاً غذائية وغير غذائية واستهلاكية.

وأضاف أنها طرحت عروضاً لجوائز نقدية للمستهلكين عبر سحوبات، تشمل 20 فائزاً، يحصل كل منهم على 5 آلاف درهم في حال التسوق من فروع «اتحاد مول» أو «البرشاء مول» بقيمة 200 درهم أو أكثر، تنويهاً للحملات الترويجية. استعداد مبكر

وأكد مسؤولو البيع في بعض المكتبات، أهمية ابتكار أساليب تسويقية جديدة في ظل التعليم عن بُعد، وما يترتب عليه من إمكانية الاستغناء عن بعض السلع، مثل الحقائب، ومعدات حفظ المياه والطعام. وقال شاهزاد مرشد، مسؤول مبيعات في إحدى المكتبات، إن الاستعداد لموسم العام الدراسي عادة يكون مبكراً، إلا أن انتشار «كورونا» هذا العام،

وما تزامن معه من التعليم عن بُعد، جعل الباعة يبتكرون أساليب جديدة لجذب الأيدي الشرائية، منها على سبيل المثال إرفاق معقم لليدين مجاناً عند شراء مجموعة من أدوات القرطاسية، وكذلك عدم المغالاة في الأسعار، تجنباً لخسارة الزبائن.

وأوضح أن زيادة الأسعار لم تتجاوز 10 دراهم لمجموعة من الدفاتر و5 دراهم للأقلام، نتيجة لارتفاعها في البلد المصنع، فضلاً عن ارتفاع تكاليف النقل وأجور العمال، وهو ما يفرض علينا رفع السعر قليلاً، في حين أكدت روزي آيو، بائعة في إحدى المكتبات، أن حدة التنافس تزيد وتيرتها بين المكتبات ومحال بيع المستلزمات المدرسية، خلال هذا الوقت من كل عام، لجذب أكبر عدد من أولياء الأمور. وعلى الرغم من كثرة العروض، فإن الإقبال الكبير على الشراء من المتوقع أن يزداد في الأيام الأولى من بدء العام الدراسي، خاصة أن هناك فئة كبيرة من العائلات لا تزال تُمضي إجازتها السنوية خارج الدولة.

مكتبات تبتكر

أساليب جذب بعبوة تعقيم مجانية

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024