

Glossaire

Document 9-13

Achat impulsif : acheter quelque chose que vous ne planifiez pas faire et dont vous n'avez probablement pas besoin. Certaines personnes achètent des articles par impulsion pour se remonter le moral, mais cela peut les dérouter de leur plan financier et les mener à l'endettement.

Appui d'une célébrité : annonce qui nous pousse à acheter un produit parce qu'une célébrité l'utilise (ou prétend l'utiliser).

Calculer : tenter de connaître la valeur d'un article à l'aide d'opérations mathématiques, comme l'addition, la soustraction, la multiplication ou la division.

Consommateur : personne qui achète des biens ou des services.

Consumérisme : d'abord utilisé pour décrire les droits des consommateurs, ce mot est maintenant utilisé pour décrire la façon dont nous pensons toujours à acheter dans notre société.

Cycles de vente : périodes de l'année où des produits sont en solde dans les magasins. Elles ont souvent lieu à la fin de la saison.

Effet de ralliement : expression qui vient de la phrase « rallier ses troupes », qui veut dire regrouper, se réunir. Nous utilisons cette expression pour dire qu'on se joint à un groupe afin de vivre un sentiment d'appartenance; acheter un produit que tout le monde a, par exemple.

Garantie : certitude qu'un produit répondra à certaines normes et sera remplacé le cas échéant. Pour obtenir une garantie, vous devez peut-être envoyer un formulaire par la poste.

Petites annonces en ligne : Sites Web où les gens vendent leurs articles usagés à prix réduit.

Petits caractères : expression utilisée pour décrire les modalités, les périodes, les règles et les avertissements apparaissant à la fin d'une annonce et qui sont écrits en très petits caractères. Les consommateurs avertis prennent le temps de comprendre ce qui est écrit en petits caractères avant de faire leur achat.

Prix unitaire : somme d'argent que coûte un article en fonction d'une unité de mesure. Par exemple, nous payons l'essence par litre. Le coût d'un litre d'essence est un exemple d'un prix unitaire.

Stratégie de magasinage : plan prudent que vous faites pour vous guider dans vos décisions de magasinage.

Subconscient : partie du cerveau qui apprend des choses dont nous n'avons pas conscience. Les publicités répétitives peuvent s'infiltrer dans notre subconscient.