מהדורה למורה – מפתח תשובות

מטרות הדף:

- להכיר מאיפה הגיע בלאק פריידי ואילו טריקים שיווקיים נפוצים בו
- לתרגל חישוב תקציב ואחוזי הנחה ולהבדיל בין הנחה אמיתית למדומה
- לזהות אמצעי שכנוע בשפת הפרסום ולכתוב טקסט טיעוני קצר
- להבין את ההשפעה הסביבתית והגלובלית של קניות מקוונות

גרסה רגילה – כל הפריטים.

חלק א' – פרק 1 • מאיפה הגיע בלאק פריידי ואיך המוח שלנו מגיב – זוכרים?

1. ב – בארצות הברית
2. ג – חג ההודיה
3. ב – יום קניות באינטרנט אחרי בלאק פריידי

חלק ב' – פרק 1 • מאיפה הגיע בלאק פריידי ואיך המוח שלנו מגיב – מבינים את הטריקים

1. נכון – בלאק פריידי חל ביום שישי שאחרי חג ההודיה
2. נכון – זהו טריק של תחושת מלאי מוגבל שיוצר לחץ
3. לא נכון – היום מתקיים גם ברשת וגם בחנויות, וגם ביום סייבר מאנדיי

חלק ג' – פרק 1 • מאיפה הגיע בלאק פריידי ואיך המוח שלנו מגיב – מתאימים מושגים

1 – ב (מילים כמו 'רק היום' שגורמות למהר להחליט)
2 – ד (כתוב 'נשארו רק כמה פריטים')
3 – א (פחד להפסיד הזדמנות)
4 – ג (יום קניות ברשת אחרי בלאק פריידי)

חלק ד' – פרק 1 • מאיפה הגיע בלאק פריידי ואיך המוח שלנו מגיב – משלימים

1. לחץ זמן
2. שישי

חלק ה' – פרק 2 • כסף, תקציב ואחוזי הנחה – הכרות עם המושגים

1. נכון – תקציב עוזר לדעת כמה כסף אפשר להוציא ולא לחרוג ממנו
2. לא נכון – צריך הוא דבר חיוני, ורוצה הוא דבר שמהנה אבל אפשר בלעדיו
3. לא נכון – בהנחה מדומה מעלים את המחיר לפני המבצע ואז מורידים אותו בחזרה

חלק ו' – פרק 2 • כסף, תקציב ואחוזי הנחה – מושגי יסוד

1. א – דבר חיוני לחיים היומיום
2. ב – הורדה מהמחיר המקורי

חלק ז' – פרק 2 • כסף, תקציב ואחוזי הנחה – תרגול חישובים

1. 80
2. 100
3. 50

חלק ח' – פרק 2 • כסף, תקציב ואחוזי הנחה – חישוב אחוז ההנחה

1. ב – 25%

חלק ט' – פרק 3 • מאחורי הקלעים: מסע החבילה, אופנה מהירה וסביבה – הבנה בסיסית

1. א – גידול כותנה בשדה
2. ב – קולקציות חדשות בקצב גבוה ובמחיר נמוך
3. ב – היא צורכת יותר דלק ופולטת יותר גזי חממה
4. ב – חיבור בין אנשים ומקומות בכל העולם דרך הקנייה

חלק י' – פרק 3 • מאחורי הקלעים: מסע החבילה, אופנה מהירה וסביבה – תרגול ויישום

1. נכון – עלות המשלוח מתגלגלת למחיר, לעובדים או לסביבה
2. לא נכון – שלבים שונים קורים לפעמים במדינות שונות
3. נכון – כך מצמצמים פסולת טקסטיל

חלק י"א – פרק 3 • מאחורי הקלעים: מסע החבילה, אופנה מהירה וסביבה – התאמת מושגים

- 1 – ד (כל השלבים שמוצר עובר מהייצור עד הבית)
- 2 – ג (חיבור בין אנשים ומדינות בעולם)
- 3 – ב (בגדים זרוקים שלא מתפרקים בקלות)
- 4 – א (קולקציות חדשות ומהירות במחיר נמוך)
- 5 – ה (שמירה על משאבי כדור הארץ לעתיד)

חלק י"ב – פרק 4 • שפת הפרסום: מילות שכנוע וניתוח מודעות – הכרת המושגים

1. ב – פועל שמבקש או מצווה לעשות משהו עכשיו
2. א – קנו עכשיו!
3. ב – כדי לפנות ישר אלינו ולדחוף לפעולה מהירה
4. ב – הכי זול בהיסטוריה

חלק י"ג – פרק 4 • שפת הפרסום: מילות שכנוע וניתוח מודעות – זיהוי במודעות

1. לא נכון – מספר מעורפל כמו "עד 70%" לא אומר בדיוק כמה הנחה נקבל - אולי פריט אחד בלבד מוזל כך.
2. נכון – זהו ניסוח מוגזם שמנפח את גודל המבצע כדי להרשים אותנו.

חלק י"ד – פרק 4 • שפת הפרסום: מילות שכנוע וניתוח מודעות – התאמה והשלמה

1. קנו

חלק ט"ו – פרק 4 • שפת הפרסום: מילות שכנוע וניתוח מודעות – התאמת מושגים

- 1 – ג (פועל בציווי)
- 2 – א (שם תואר קיצוני)
- 3 – ד (מספר מעורפל)
- 4 – ב (פועל בציווי)

חלק ט"ז – פרק 5 • כותבים בעצמנו: מכתב תלונה ופסקת טיעון – נכון או לא נכון

1. נכון – מכתב תלונה נכתב כדי להסביר בעיה ולבקש פתרון
2. לא נכון – פרסומת אמת מתארת את המוצר בלי הגזמות
3. לא נכון – פסקת טיעון כוללת דעה, נימוק, דוגמה וסיכום
4. נכון – זו טכניקת שכנוע שמטרתה לגרום להחלטה מהירה

חלק י"ז – פרק 5 • כותבים בעצמנו: מכתב תלונה ופסקת טיעון – בונים את המכתב

- 1 – ה (פונים בשם ובברכה)
- 2 – ד (מסבירים מה קרה ומתי)
- 3 – א (מציינים מה ציפיתם וקיבלתם)
- 4 – ב (כותבים מה רוצים שיקרה, למשל החזר או החלפה)
- 5 – ג (תודה וחתימה בשם)

חלק י"ח – פרק 5 • כותבים בעצמנו: מכתב תלונה ופסקת טיעון – כותבים בעצמנו

1. משפט שמתאר תכונה אמיתית של המוצר בלי הגזמה, למשל: המחברת הזו עמידה ונוחה לכתיבה
2. למשל: רק היום במבצע! מול: המוצר הזה במבצע השבוע
3. פנייה מנומסת ותיאור קצר של התקלה ומתי היא התגלתה
4. פסקה הכוללת דעה ברורה, נימוק הגיוני, דוגמה מהחיים, ומשפט סיכום שחוזר לדעה

חלק י"ט – פרק 6 • משחקים וסיכום: חדר בריחה ורפלקציה – חוזרים על המושגים

1. נכון – היום התחיל ביום שישי שאחרי חג ההודיה באמריקה
2. נכון – 50% זה חצי מהמחיר המקורי
3. לא נכון – אין כאן אסור, רק חשוב לחשוב לפני שקונים
4. לא נכון – מישהו תמיד משלם - בתוך מחיר המוצר, או עובדים, או הסביבה
5. נכון – ה'עד' יכול להתייחס למוצר אחד בלבד מתוך כל המבצע

כרטיס יציאה – מה לחפש

- תשובה טובה תכלול תאריך או הקשר נכון ולפחות טריק שיווקי אחד
- תשובה טובה תכלול חישוב מספרי נכון והסבר למה הנחה יכולה להיות מדומה
- תשובה טובה תכלול דוגמה מהטקסט ופסקה קצרה עם טיעון וביסוס

טיפים להפעלה:

- אפשר לחלק את החוברת לשלושה מפגשים: פרקים 1-2, פרקים 3-4, פרקים 5-6
- לתלמידים מתקשים אפשר לקצר את פרק 2 ולהתמקד בדוגמאות מספריות פשוטות יותר
- לתלמידים מתקדמים כדאי להוסיף דיון בעל-פה על דילמת המשפט המבוים לפני פרק 5
- מומלץ לסיים כל פרק בשיתוף תשובה אחת בקול, כדי לחזק הבנה משותפת לפני ההמשך

חוברת תרגול – בלאק פריידי: צרכנות נבונה

בלאק פריידי – צרכנות נבונה

יסודי · רגיל

תוכן החוברת

1. פרק 1 – מאיפה הגיע בלאק פריידי ואיך המוח שלנו מגיב
2. פרק 2 – כסף, תקציב ואחוזי הנחה
3. פרק 3 – מאחורי הקלעים: מסע החבילה, אופנה מהירה וסביבה
4. פרק 4 – שפת הפרסום: מילות שכנוע וניתוח מודעות
5. פרק 5 – כותבים בעצמנו: מכתב תלונה ופסקת טיעון
6. פרק 6 – משחקים וסיכום: חדר בריחה ורפלקציה

שם: _____ כיתה: _____

יצרה: רוית ראש בן ישי

חוברת תרגול – בלאק פריידי: צרכנות נבונה

חוברת התלמיד/ה **רגיל**

שם: _____ **כיתה:** _____ **תאריך:** _____

עבדו בחוברת לפי סדר הפרקים, פרק אחרי פרק. בכל פרק יש תרגילים קצרים – פתרו אותם לבד או בזוג, ובסוף כל פרק בדקו את עצמכם בעזרת שאלות הסיכום.

קטע קריאה – פרק 1 • מאיפה הגיע בלאק פריידי ואיך המוח שלנו מגיב

קראו את הקטע בעיון, ואחר כך ענו על השאלות של הפרק.

בלאק פריידי, "יום שישי השחור", התחיל בארצות הברית. בסוף נובמבר חוגגים שם את חג ההודיה, תמיד ביום חמישי. ביום שישי שאחרי החג החנויות פותחות מבצעים גדולים, ומתחילה עונת הקניות של סוף השנה. לכן בלאק פריידי חל תמיד ביום שישי.

ביום שני שאחריו מגיע "סייבר מאנדיי": יום של מבצעים בעיקר בקניות באינטרנט. היום בלאק פריידי מתקיים גם בחנויות וגם ברשת, ובמדינות רבות בעולם, גם בישראל.

המוכרים יודעים איך המוח שלנו מגיב, ומשתמשים בטריקים:

- **לחץ זמן** – מילים כמו "רק היום!" או "קנו עכשיו, לפני שייגמר!" גורמות לנו למהר להחליט.
- **מלאי מוגבל** – כתובית כמו "נשארו רק 3 פריטים" נועדה לגרום לנו לקנות מהר, בלי לחשוב.
- **FOMO** – פחד להפסיד הזדמנות: החשש שאם לא נקנה עכשיו, נפסיד משהו.

כשמרגישים לחץ כזה, כדאי לעצור רגע ולשאול: האם אנחנו באמת צריכים את זה?

1 חלק א' – פרק 1 • מאיפה הגיע בלאק פריידי ואיך המוח שלנו מגיב – זוכרים?

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. באיזו מדינה התחיל בלאק פריידי?

א) בישראל ב) בארצות הברית ג) בצרפת ד) ביפן

2. אחרי איזה חג חוגגים בארצות הברית את בלאק פריידי?

א) חג המולד ב) השנה האזרחית החדשה ג) חג ההודיה ד) פורים האמריקאי

3. מהו 'סייבר מאנדיי'?

א) יום בלי מחשבים ב) יום קניות באינטרנט אחרי בלאק פריידי ג) יום ראשון של החופש

ד) יום שבו אסור לקנות

2 חלק ב' – פרק 1 • מאיפה הגיע בלאק פריידי ואיך המוח שלנו מגיב – מבינים את הטריקים

סמנו ✔ נכון או ✘ לא נכון.

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
1	בלאק פריידי הוא תמיד ביום שישי.	☐	☐
2	כתובית כמו 'נשארו רק 3 פריטים' נועדה לגרום לנו לקנות מהר בלי לחשוב.	☐	☐
3	בלאק פריידי קיים רק בחנויות פיזיות ולא באינטרנט.	☐	☐

3 חלק ג' – פרק 1 • מאיפה הגיע בלאק פריידי ואיך המוח שלנו מגיב – מתאימים מושגים

התאימו: כתבו ליד כל מספר את האות המתאימה מהעמודה השמאלית.

1. לחץ זמן	___	**א.** פחד להפסיד הזדמנות
2. מלאי מוגבל	___	**ב.** מילים כמו 'רק היום' שגורמות למהר להחליט
3. FOMO	___	**ג.** יום קניות ברשת אחרי בלאק פריידי
4. סייבר מאנדיי	___	**ד.** כתוב 'נשארו רק כמה פריטים'

4 חלק ד' – פרק 1 • מאיפה הגיע בלאק פריידי ואיך המוח שלנו מגיב – משלימים

השלימו את המילה החסרה.

1. המשפט 'קנו עכשיו, לפני שייגמר!' הוא דוגמה לטריק של _____

2. בלאק פריידי מתקיים ביום _____ בשבוע

קטע קריאה – פרק 2 • כסף, תקציב ואחוזי הנחה

קראו את הקטע בעיון, ואחר כך ענו על השאלות של הפרק.

תקציב הוא סכום כסף קבוע שמתכננים מראש, לפני שיוצאים לקניות. התקציב עוזר לדעת כמה כסף אפשר להוציא, ולא לחרוג ממנו. כדי לדעת כמה כסף נשאר, מחסירים: אם התקציב הוא 100 שקל וקנינו ב־70 שקל, נשארו 30 שקל.

"צריך" ו"רוצה" הם לא אותו דבר. "צריך" הוא דבר חיוני לחיים היומיום, כמו אוכל, נעליים או מחברת לבית הספר. "רוצה" הוא דבר שמהנה, אבל אפשר בלעדיו.

הנחה היא הורדה מהמחיר המקורי. אחוזי הנחה אומרים כמה יורד מכל 100 שקל של המחיר. הנחה של 10% על מוצר שעולה 100 שקל היא 10 שקל, והמחיר החדש הוא 90 שקל. הנחה של 50% היא חצי מהמחיר.

איך מחשבים אחוז הנחה? מחסירים את המחיר החדש מהמחיר הישן, מחלקים במחיר הישן וכופלים ב־100. למשל: ספר עלה 50 שקל ועכשיו הוא עולה 40 שקל. ההנחה היא 10 שקל, ו־10 מתוך 50 הם 20%.

שימו לב: יש הנחה אמיתית ויש הנחה מדומה. בהנחה מדומה מעלים את המחיר לפני המבצע ואז "מורידים" אותו, כך שבסוף המחיר לא באמת נמוך יותר.

5 חלק ה' – פרק 2 • כסף, תקציב ואחוזי הנחה – הכרות עם המושגים

סמנו ✔ נכון או ✘ לא נכון.

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
1	תקציב הוא סכום כסף קבוע שמתכננים מראש לפני שיוצאים לקניות	☐	☐
2	"צריך" ו"רוצה" זה תמיד אותו דבר	☐	☐
3	הנחה אמיתית והנחה מדומה הן אותו הדבר	☐	☐

6 חלק ו' – פרק 2 • כסף, תקציב ואחוזי הנחה – מושגי יסוד

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. מה המשמעות של "צריך" בצרכנות נבונה?

א) דבר חיוני לחיים היומיום ב) כל דבר שרואים בפרסומת ג) דבר יקר מאוד ד) דבר שחברים קונים

2. מה המשמעות של אחוזי הנחה?

א) הכפלת המחיר ב) הורדה מהמחיר המקורי ג) העלאת המחיר ד) שינוי צבע המוצר

7 חלק ז' – פרק 2 • כסף, תקציב ואחוזי הנחה – תרגול חישובים

השלימו את המילה החסרה.

1. מוצר שעלה 100 שקל וקיבל הנחה של 20% יעלה עכשיו _____ שקל

2. מוצר שעלה 200 שקל וקיבל הנחה של 50% יעלה עכשיו _____ שקל

3. יש לכם תקציב של 300 שקל וקניתם ב-250 שקל, נשארו לכם _____ שקל

8 חלק ח' – פרק 2 • כסף, תקציב ואחוזי הנחה – חישוב אחוז ההנחה

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. חולצה עלתה 80 שקל ועכשיו היא עולה 60 שקל, כמה אחוזי הנחה קיבלנו?

א) 20% ב) 25% ג) 30% ד) 40%

קטע קריאה – פרק 3 • מאחורי הקלעים: מסע החבילה, אופנה מהירה וסביבה

קראו את הקטע בעיון, ואחר כך ענו על השאלות של הפרק.

שרשרת האספקה היא כל השלבים שמוצר עובר מהייצור עד הבית. נעקוב אחרי חולצה: הכול מתחיל בגידול כותנה בשדה. אחר כך, במפעל, טווים מהכותנה בד ותופרים ממנו חולצה. החולצות עולות על אונייה או על מטוס, מגיעות למחסן גדול, ומשם יוצאות במשלוח עד הבית. לפעמים כל שלב קורה במדינה אחרת.

זו **גלובליזציה**: חיבור בין אנשים ומקומות בכל העולם, למשל דרך קנייה באינטרנט.

להובלה יש מחיר לסביבה. מטוס צורך הרבה יותר דלק מאונייה כדי להוביל כל חבילה, ולכן הוא פולט יותר גזי חממה ומזהם יותר.

"משלוח חינם" לא באמת חינם: מישהו תמיד משלם עליו. העלות מתגלגלת למחיר המוצר, לעובדים או לסביבה, גם אם הצרכן לא משלם עליה ישירות.

אופנה מהירה היא קולקציות חדשות של בגדים בקצב גבוה ובמחיר נמוך. כך קונים הרבה וזורקים הרבה, ונוצרת **פסולת טקסטיל**: בגדים זרוקים שלא מתפרקים בקלות.

קיימות היא שמירה על משאבי כדור הארץ לעתיד. אחת הדרכים לצרוך בצורה נבונה היא לתקן בגדים ולהחליף אותם עם חברים, במקום לזרוק אותם. כך מצמצמים פסולת טקסטיל.

9 חלק ט' – פרק 3 • מאחורי הקלעים: מסע החבילה, אופנה מהירה וסביבה – הבנה בסיסית

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. מה קורה ראשון בשרשרת האספקה של חולצה?

א) גידול כותנה בשדה ב) הובלה באונייה ג) תפירה במפעל ד) משלוח עד הבית

2. מהי "אופנה מהירה"?

א) בגדי ספורט בלבד ב) קולקציות חדשות בקצב גבוה ובמחיר נמוך ג) בגדים שתופרים ביד

ד) בגדים יקרים במיוחד

3. למה הובלה במטוס מזהמת יותר מהובלה באונייה?

א) היא מהירה יותר ב) היא צורכת יותר דלק ופולטת יותר גזי חממה ג) היא יקרה יותר

ד) היא קצרה יותר

4. מה זה "גלובליזציה" בהקשר של קנייה באינטרנט?

א) קנייה רק בחנות השכונתית ב) חיבור בין אנשים ומקומות בכל העולם דרך הקנייה

ג) איסור על קניות מחו"ל ד) הובלה ברכבת בלבד

10 חלק י' – פרק 3 • מאחורי הקלעים: מסע החבילה, אופנה מהירה וסביבה – תרגול ויישום

סמנו ✔ נכון או ✘ לא נכון.

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
1	משלוח "חינם" עולה כסף למישהו, גם אם הצרכן לא משלם עליו ישירות	☐	☐
2	כל שלבי הייצור של חולצה קורים תמיד במדינה אחת	☐	☐
3	אחת הדרכים לצרוך בצורה נבונה היא לתקן ולהחליף בגדים במקום לזרוק אותם	☐	☐

11 חלק י"א – פרק 3 • מאחורי הקלעים: מסע החבילה, אופנה מהירה וסביבה – התאמת מושגים

התאימו: כתבו ליד כל מספר את האות המתאימה מהעמודה השמאלית.

1. שרשרת האספקה	___	**א.** קולקציות חדשות ומהירות במחיר נמוך
2. גלובליזציה	___	**ב.** בגדים זרוקים שלא מתפרקים בקלות
3. פסולת טקסטיל	___	**ג.** חיבור בין אנשים ומדינות בעולם
4. אופנה מהירה	___	**ד.** כל השלבים שמוצר עובר מהייצור עד הבית
5. קיימות	___	**ה.** שמירה על משאבי כדור הארץ לעתיד

קטע קריאה – פרק 4 • שפת הפרסום: מילות שכנוע וניתוח מודעות

קראו את הקטע בעיון, ואחר כך ענו על השאלות של הפרק.

מודעות פרסום משתמשות במילים שנועדו לשכנע אותנו. הנה שלושה כלים נפוצים:

- **פועל בציווי** – פועל שמבקש או מצווה לעשות משהו עכשיו, כמו "קנו!", "הזמינו!" או "אל תחכו!". המפרסמים אוהבים ציווי כי הוא פונה ישר אלינו ודוחף לפעולה מהירה.
- **שם תואר קיצוני** – תיאור מוגזם, כמו "הכי זול בהיסטוריה", "הכי משתלם אי פעם" או "מבצע כמו שלא ראיתם". ניסוח כזה מנפח את גודל המבצע כדי להרשים אותנו.
- **מספר מעורפל** – מספר שלא אומר בדיוק מה נקבל, כמו "עד 70% הנחה" או "עד 50% הנחה". המילה "עד" יכולה להתייחס לפריט אחד בלבד מתוך כל המבצע, ולכן מספר כזה לא נותן מידע מדויק וברור.

דוגמה למודעה: "קנו עכשיו, לפני שהמבצע נגמר! המחירים הכי נמוכים בעיר – עד 60% הנחה!" במודעה אחת יש פועל בציווי, שם תואר קיצוני ומספר מעורפל.

12 חלק י"ב – פרק 4 • שפת הפרסום: מילות שכנוע וניתוח מודעות – הכרת המושגים

הקיפו את התשובה הנכונה.

1. מהו פועל בציווי?

א) פועל שמתאר דבר שקרה בעבר ב) פועל שמבקש או מצווה לעשות משהו עכשיו

ג) מילה שמתארת צבע או גודל ד) שם של מוצר

2. איזו מהדוגמאות היא פועל בציווי?

א) קנו עכשיו! ב) קניתי אתמול ג) אני קונה בגדים ד) הם יקנו מחר

3. למה מפרסמים אוהבים להשתמש בפעלים בציווי במודעות?

א) כדי לספר סיפור ארוך ב) כדי לפנות ישר אלינו ולדחוף לפעולה מהירה ג) כדי לתאר אירוע מהעבר

ד) כדי לשאול שאלה

4. איזו מהמילים הבאות היא שם תואר קיצוני?

א) קטן ב) הכי זול בהיסטוריה ג) כחול ד) חדש

13 חלק י"ג – פרק 4 • שפת הפרסום: מילות שכנוע וניתוח מודעות – זיהוי במודעות

סמנו ✔ נכון או ✘ לא נכון.

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
1	מספר מעורפל כמו "עד 70% הנחה" נותן לנו מידע מדויק וברור.	☐	☐
2	המילים "מבצע כמו שלא ראיתם" הן דוגמה לשם תואר קיצוני.	☐	☐

14 חלק י"ד – פרק 4 • שפת הפרסום: מילות שכנוע וניתוח מודעות – התאמה והשלמה

השלימו את המילה החסרה.

1. המודעה כתבה: " _____ עכשיו, לפני שהמבצע נגמר!"

15 חלק ט"ו – פרק 4 • שפת הפרסום: מילות שכנוע וניתוח מודעות – התאמת מושגים

התאימו: כתבו ליד כל מספר את האות המתאימה מהעמודה השמאלית.

1. קנו היום!	___	**א.** שם תואר קיצוני
2. הכי משתלם אי פעם	___	**ב.** פועל בציווי
3. עד 50% הנחה	___	**ג.** פועל בציווי
4. אל תחכו!	___	**ד.** מספר מעורפל

קטע קריאה – פרק 5 • כותבים בעצמנו: מכתב תלונה ופסקת טיעון

קראו את הקטע בעיון, ואחר כך ענו על השאלות של הפרק.

פרסומת אמת מתארת תכונה אמיתית של המוצר, בלי הגזמות. למשל: "המחברת הזו עמידה ונוחה לכתיבה." לעומת זאת, משפט כמו "רק היום במבצע!" יוצר אצל הקונה תחושת לחץ זמן, כדי שיחליט מהר.

מכתב תלונה כותבים כשיש בעיה עם מוצר או שירות, כדי להסביר את הבעיה ולבקש פתרון. למכתב טוב יש חמישה חלקים:

- **פתיחה מנומסת** – פונים בשם ובברכה.
- **תיאור הבעיה** – מסבירים מה קרה ומתי.
- **הסבר למה זה לא בסדר** – מציינים מה ציפיתם ומה קיבלתם.
- **בקשה ברורה** – כותבים מה רוצים שיקרה, למשל החזר כספי או החלפה.
- **סיום מנומס** – תודה וחתימה בשם.

פסקת טיעון היא פסקה שמנסה לשכנע. היא כוללת דעה ברורה, נימוק שמסביר אותה, דוגמה מהחיים, ומשפט סיכום שחוזר לדעה. דעה לבד, בלי נימוק ובלי דוגמה, לא משכנעת.

16 חלק ט״ז – פרק 5 • כותבים בעצמנו: מכתב תלונה ופסקת טיעון – נכון או לא נכון

סמנו ✔ נכון או ✘ לא נכון.

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
1	מכתב תלונה כותבים כשיש בעיה עם מוצר או שירות	☐	☐
2	פרסומת אמת צריכה להגזים כמה שיותר כדי למכור יותר	☐	☐
3	בפסקת טיעון כותבים דעה בלבד, בלי שום נימוק או דוגמה	☐	☐
4	מילים כמו "רק היום!" יוצרות אצל הקונה תחושת לחץ זמן	☐	☐

17 חלק י"ז – פרק 5 • כותבים בעצמנו: מכתב תלונה ופסקת טיעון – בונים את המכתב

התאימו: כתבו ליד כל מספר את האות המתאימה מהעמודה השמאלית.

1. פתיחה מנומסת	____	**א.** מציינים מה ציפיתם וקיבלתם
2. תיאור הבעיה	____	**ב.** כותבים מה רוצים שיקרה, למשל החזר או החלפה
3. הסבר למה זה לא בסדר	____	**ג.** תודה וחתימה בשם
4. בקשה ברורה	____	**ד.** מסבירים מה קרה ומתי
5. סיום מנומס	____	**ה.** פונים בשם ובברכה

18 חלק י"ח – פרק 5 • כותבים בעצמנו: מכתב תלונה ופסקת טיעון – כותבים בעצמנו

ענו בקצרה.

1. כתבו משפט פרסומת אמת (לא מוגזם) למוצר שאתם אוהבים

2. כתבו משפט פרסומת עם לחץ זמן, ואז כתבו את אותו משפט בלי לחץ זמן

3. כתבו פתיחה ותיאור בעיה קצר למכתב תלונה על מוצר שהגיע מקולקל

4. כתבו פסקת טיעון קצרה (3-4 משפטים): בעד או נגד קנייה מהירה בגלל "המבצע נגמר עוד שעה". פתחו בדעה, הוסיפו נימוק ודוגמה, וסיימו במשפט סיכום

קטע קריאה – פרק 6 • משחקים וסיכום: חוזרים על המושגים

קראו את הקטע בעיון, ואחר כך ענו על השאלות של הפרק.

בלאק פריידי התחיל כיום מכירות בארצות הברית, ביום שישי שאחרי חג ההודיה. ביום שני שאחריו מגיע סייבר מאנדיי, יום של מבצעים ברשת.

הנחה של 50% פירושה שהמחיר יורד בחצי. כדי לזהות הנחה מדומה, בודקים מה היה המחיר לפני המבצע.

לקנות משהו כי "רוצים" אותו ולא כי "צריכים" אותו – זה לא אסור, וזה לא תמיד טעות. חשוב רק לעצור ולחשוב לפני שקונים, ולבדוק שהקנייה מתאימה לתקציב.

"משלוח חינם" לא אומר שאף אחד לא משלם על ההובלה. מישהו תמיד משלם: בתוך מחיר המוצר, העובדים או הסביבה.

מספר כמו "עד 70% הנחה" לא תמיד מבטיח הנחה גדולה באמת, כי ה"עד" יכול להתייחס לפריט אחד בלבד.

פרסומת אמת מתארת את המוצר בלי הגזמה, ופסקת טיעון טובה כוללת דעה, נימוק, דוגמה וסיכום.

19 חלק י"ט – פרק 6 • משחקים וסיכום: חדר בריחה ורפלקציה – חוזרים על המושגים

סמנו ✔ נכון או ✘ לא נכון.

#	משפט	✔ נכון	✘ לא נכון
1	בלאק פריידי התחיל כיום מכירות בארצות הברית.	☐	☐
2	הנחה של 50% אומרת שהמחיר יורד בחצי.	☐	☐
3	אם קניתי משהו כי 'רוצה' אותו ולא 'צריך' - זה תמיד טעות.	☐	☐
4	'משלוח חינם' אומר שאף אחד לא משלם על ההובלה.	☐	☐
5	מספרים מעורפלים כמו 'עד 70% הנחה' לא תמיד מבטיחים הנחה גדולה באמת.	☐	☐

🎟 כרטיס יציאה

אני יודע/ת להסביר מאיפה הגיע בלאק פריידי ומה זה סייבר מאנדיי

אני יודע/ת לחשב אחוז הנחה ולזהות הנחה מדומה

אני יודע/ת לזהות לפחות שתי מילות שכנוע בפרסומת ולכתוב פסקת טיעון קצרה

איך הרגשתי בשיעור? 😕 😐 🙂 😀