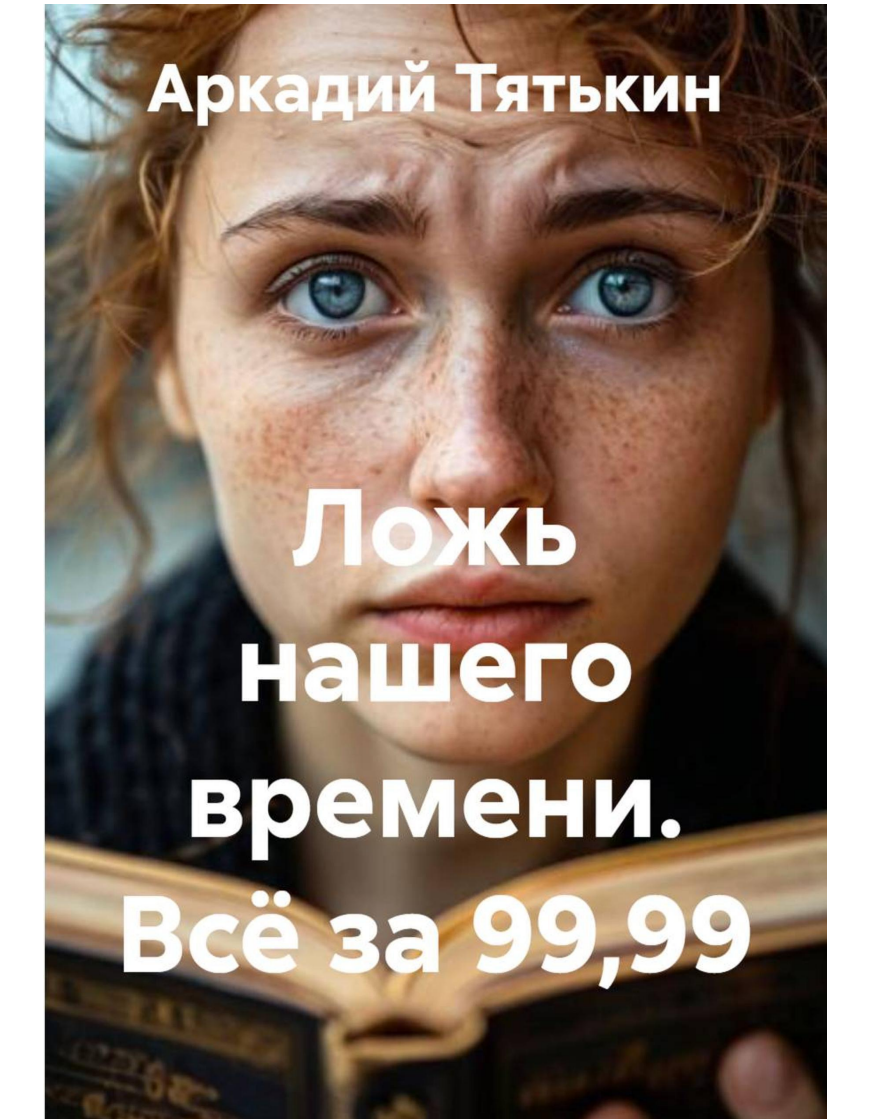




Аркадий Тяткин

**Ложь
нашего
времени.**

Всё за 99,99

Аркадий Тяткин

Ложь нашего времени. Всё за 99,99

<https://litres.ru/73957533>

SelfPub; 2026

Аннотация

«Эта книга — прививка от ценовых ловушек. Будет больно. Но потом легче. И дешевле. И свободнее.»

«Ложь за 99: Как ценники, скидки и "психологические цены" каждый день высасывают из вас тысячи, а вы даже не замечаете» — самый циничный манифест о ценовых ловушках, скидках и психологических ценах.

Ты узнаешь:

- Почему 1999 кажется дешевле 2000.
- Как эффект левой цифры обманывает твой мозг.
- Почему «скидка 50%» — почти всегда обман.
- Как завышают цену перед акцией.
- Почему «купи 3 по цене 2» — ловушка для жадных.
- Как «бесплатная доставка» уже включена в цену.
- Почему «карта лояльности» — это карта слежки.
- И главное: как не вестись на ценовые ловушки и экономить деньги.

После прочтения ты будешь видеть насквозь каждый ценник, каждую скидку, каждое «3 по цене 2». И, возможно, перестанешь быть идеальным клиентом ценовых ловушек.

Содержание

ЛОЖЬ ЗА 99: КАК ЦЕННИКИ, СКИДКИ И «ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЦЕНЫ» КАЖДЫЙ ДЕНЬ ВЫСАСЫВАЮТ ИЗ ВАС ТЫСЯЧИ, А ВЫ ДАЖЕ НЕ ЗАМЕЧАЕТЕ	5
СНОСКА ПЕРЕД ТЕКСТОМ	7
ОГЛАВЛЕНИЕ	8
ПРОЛОГ	11
ДОКТРИНА «ЦЕНОВЫЙ ИММУНИТЕТ»	13
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Аркадий Тяткин

Ложь нашего времени. Всё за 99,99

**ЛОЖЬ ЗА 99: КАК
ЦЕННИКИ, СКИДКИ И
«ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЦЕНЫ»
КАЖДЫЙ ДЕНЬ ВЫСАСЫВАЮТ
ИЗ ВАС ТЫСЯЧИ, А ВЫ
ДАЖЕ НЕ ЗАМЕЧАЕТЕ**

Эпиграф: «Ты видишь ценник: 1999 рублей. Твой мозг думает: "Это почти 1000". Нет. Это 2000. Твой мозг обманул тебя. Маркетологи знают это. Они придумали эту ловушку 100 лет назад. Она работает до сих пор. Каждый день. На каждой покупке. Ты переплачиваешь копейки. Которые превращаются в тысячи. В год — десятки тысяч. За всю жизнь — миллионы.»

«Ты видишь "скидку 50%". Цена была 4000, стала 2000. Ты радуешься. Экономить. Нет. До скидки товар стоил

2000. Цену подняли. Сделали скидку. Ты купил по обычной цене. И думаешь, что сэкономил. Ты не сэкономил. Ты переплатил. Просто не заметил.»

«Ты видишь "купи 3 по цене 2". Ты берёшь 3. Тебе не нужно 3. Нужен 1. Но "выгодно". Ты переплатил за 2 лишних товара. Которые выбросишь через год. "Выгодно" — для магазина. Не для тебя.»

СНОСКА ПЕРЕД ТЕКСТОМ

Эта книга — не против покупок. Покупать нужно. Но есть огромная машина, которая заставляет тебя покупать больше, чем нужно, и платить больше, чем стоит. Которая использует твой мозг против тебя. Которая знает, как ты думаешь, и использует это, чтобы вытащить твои деньги.

Автор не против денег. Автор против лжи. Против того, что 1999 — это не 1999, а 2000. Против того, что «скидка 50%» — это обман. Против того, что «купи 3 по цене 2» заставляет тебя брать лишнее. Против того, что твой мозг обманывает сам себя, а маркетологи знают это и пользуются этим.

Эта книга — вскрытие ценовых ловушек. Как работают «психологические цены». Почему 99 копеек — это самый циничный обман. Как скидки заставляют тебя покупать ненужное. Почему «купи 3 по цене 2» — это не выгода. Как «бесплатная доставка» уже включена в цену. Почему «карта лояльности» — это карта слежки.

В книге используется обращение «ты». Как в разговоре с другом, который тоже покупал «3 по цене 2» и выбросил 2. Без маркетинговых улыбок. Без «выгодных предложений». Без «только сегодня». Честно. Цинично. Правдиво.

Прочитай. Посчитай. Ужаснись. И, возможно, перестанешь быть идеальным клиентом ценовых ловушек.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Доктрина «Ценовой иммунитет» (15 статей)

Пролог (Вместо приветствия тем, кто верит в 1999)

Часть первая. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЦЕНЫ — ЛОВУШКА В 99 КОПЕЕК

Глава 1. Почему 1999 кажется дешевле 2000

Глава 2. Эффект левой цифры — как мозг обманывает сам себя

Глава 3. 99 копеек — самая старая и самая циничная ловушка

Глава 4. Как маркетологи используют округление против тебя

Глава 5. Реальный диалог: как продавец объясняет, почему 1999 — это не 2000

Часть вторая. СКИДКИ И РАСПРОДАЖИ — МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБМАН

Глава 6. «Скидка 50%» — почему это почти всегда ложь

Глава 7. Как завышают цену перед акцией

Глава 8. «Чёрная пятница» — день, когда ты переплачиваешь больше всего

Глава 9. «Только сегодня» — искусственная срочность

Глава 10. Реальный диалог: как продавец уговаривает тебя купить «со скидкой»

Часть третья. «КУПИ 3 ПО ЦЕНЕ 2» — ЛОВУШКА ДЛЯ

ЖАДНЫХ

Глава 11. Почему ты покупаешь больше, чем нужно

Глава 12. «Выгодно» для кого? Для магазина

Глава 13. Как магазины избавляются от залежалого товара

Глава 14. Реальный диалог: как покупатель радуется «3 по цене 2», а потом выбрасывает 2

Часть четвёртая. ДРУГИЕ ЦЕНОВЫЕ ЛОВУШКИ

Глава 15. «Бесплатная доставка» — уже включена в цену

Глава 16. «Карта лояльности» — карта слежки

Глава 17. «Цена по запросу» — значит «дорого»

Глава 18. «Рассрочка 0%» — проценты уже в цене

Глава 19. Реальный диалог: как менеджер продаёт «рассрочку 0%»

Часть пятая. КАК НЕ ВЕСТИСЬ НА ЦЕНОВЫЕ ЛОВУШКИ

Глава 20. Правило 72 часов — подожди, прежде чем купить

Глава 21. Как сравнивать реальные цены (а не «скидочные»)

Глава 22. Как отказываться от «выгодных предложений»

Глава 23. Как покупать ровно столько, сколько нужно

Часть шестая. ВЫХОД

Глава 24. Ты — не кошелёк. Ты — человек, который может не вестись на 1999

Глава 102. Последняя

Эпилог (Вместо чека)

Второе дно (15 правил ценового иммунитета)

ПРОЛОГ

(Вместо приветствия тем, кто верит в 1999)

Эпиграф к прологу: «Ты видишь ценник: 1999 рублей. Твой мозг думает: "Это почти 1000". Нет. Это 2000. Твой мозг обманул тебя. Маркетологи знают это. Они придумали эту ловушку 100 лет ago. Она работает до сих пор. Каждый день. На каждой покупке. Ты переплачиваешь копейки. Которые превращаются в тысячи. В год — десятки тысяч. За всю жизнь — миллионы.»

Ты видишь ценник: 1999 рублей. Твой мозг думает: «Это почти 1000». Нет. Это 2000. Твой мозг обманул тебя. Ты смотришь на левую цифру — 1. Игнорируешь остальные. Маркетологи знают это. Они придумали эту ловушку 100 лет назад. Она работает до сих пор. Каждый день. На каждой покупке.

Ты видишь «скидку 50%». Цена была 4000, стала 2000. Ты радуешься. Экономим. Нет. До скидки товар стоил 2000. Цену подняли. Сделали скидку. Ты купил по обычной цене. И думаешь, что сэкономил.

Ты видишь «купи 3 по цене 2». Ты берёшь 3. Тебе не нужно 3. Нужен 1. Но «выгодно». Ты переплатил за 2 лишних товара. Которые выбросишь через год.

Ценовые ловушки — это не случайность. Это бизнес. Бизнес на твоём мозге. Бизнес на твоих когнитивных искажении-

ях. Бизнес на твоей жадности. Бизнес на твоей лени.

Я был на твоём месте. Я покупал «3 по цене 2». Я выкидывал 2. Я покупал «со скидкой 50%». Переплачивал. Я верил в 1999. И только потом я понял: ценовые ловушки — это не забота о тебе. Это бизнес. Где твои деньги — это их прибыль. Где твоя невнимательность — это их доход.

Эта книга — вскрытие. Мы пройдем путь от ценника до кассы. Увидим каждый приём. Каждую ловушку. Каждую ложь.

Увидим, почему 1999 кажется дешевле 2000. Как эффект левой цифры обманывает твой мозг. Как «скидка 50%» — это почти всегда обман. Как «купи 3 по цене 2» заставляет тебя брать лишнее. Как «бесплатная доставка» уже включена в цену. Как «карта лояльности» — это карта слежки.

И в конце я дам тебе не волшебную таблетку. Я дам тебе знание. Как не вестись. Как не переплачивать. Как экономить.

Поехали. Нас ждёт мир ценников. Где 1999 — это 2000. Где «скидка 50%» — это обман. Где «купи 3 по цене 2» — это ловушка. Где твои деньги утекают сквозь пальцы.

ДОКТРИНА «ЦЕНОВЫЙ ИММУНИТЕТ»

(15 статей без пощады)

Статья 1. Закон 1999. 1999 — это не 1999. Это 2000. Твой мозг обманывает тебя. Маркетологи знают это.

Статья 2. Закон левой цифры. Ты смотришь на первую цифру. Игнорируешь остальные. 1999 кажется 1000. Это 2000.

Статья 3. Закон скидки. «Скидка 50%» — почти всегда обман. Цену подняли перед акцией.

Статья 4. Закон «купи 3 по цене 2». Ты покупаешь больше, чем нужно. Магазин избавляется от залежалого товара.

Статья 5. Закон «только сегодня». Искусственная срочность. Товар никуда не денется.

Статья 6. Закон «осталось 3 штуки». Ложь. На складе 3000.

Статья 7. Закон бесплатной доставки. Бесплатной доставки не существует. Она уже включена в цену.

Статья 8. Закон карты лояльности. Это карта слежки. Магазин продаёт твои данные.

Статья 9. Закон «цены по запросу». Значит «дорого». Не трать время.

Статья 10. Закон рассрочки 0%. Проценты уже в цене то-

вара.

Статья 11. Закон округления. $1999 \rightarrow 2000$. $2999 \rightarrow 3000$. $4999 \rightarrow 5000$. Округляй в уме.

Статья 12. Закон жадности. «Купи 3 по цене 2» играет на твоей жадности. Не поддавайся.

Статья 13. Закон лени. Ты не сравниваешь цены. Не читаешь мелкий шрифт. Не считаешь. Магазины рассчитывают на это.

Статья 14. Закон привычки. Ты покупаешь одно и то же. В одном и том же магазине. По одной и той же цене. Не замечая, что переплачиваешь.

Статья 15. Закон выхода. Ты можешь не вестись на ценовые ловушки. Округляй. Сравнивай. Считаю. Не покупай сразу.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.