

가격 판촉에 대한 팁

- ✓ **추가 비용 또는 부담 관련 내용을 제품 정보를 작은 활자로 인쇄해 숨기려고 하지 마십시오.**

소비자는 광고표시가격이 물품 및 서비스를 구매할 때 필요한 준가로 인식할 권리가 있습니다. 추가 비용이 발생할 경우, 명확하게 명시되어야 합니다. 본래 사항과 대조되는 몇가지 조건이 적용될 수도 있다고 하거나, 작은 활자나 “*”를 사용해 중요 조건을 숨기는 행동은 용납되지 않습니다.

- ✓ **‘평소’ 가격 에서 할인 할 때**

광고된 절약 금액은 과장되면 안됩니다. 절약 금액은 평소 가격에서 할인 된 값이어야 합니다. ‘평소 가격’은 제품이 보통 판매되는 가격을 말합니다. 할인을 강조하기 위해 평소 가격을 상승시키지 마십시오.



- ✓ **가격 비교는 동등한 제품끼리만 가능합니다.**

귀하의 제품 가격은 동등한 제품이나 서비스의 비슷한 점을 비교 했을 때만 가능합니다. 그렇지 않은 가격비교는 소비자를 호도할 수 있습니다. 경쟁자의 제품이나 서비스를 비교 할 때는 경쟁가격 (예를들어, 근처 오프라인 혹은 온라인 매장가) 역시 준비 되어 있어야 합니다.

- ✓ **‘세일’은 한정된 짧은 기간 동안 제품을 인하된 가격으로 살 수 있는 기회입니다.**

‘세일’은 단기간 동안만 가능합니다. 세일 홍보 된 제품이나 서비스는 평소보다 인하 된 가격에 판매 되어야합니다.

- ✓ **‘재고 정리 세일’은 재고를 정리 할 때만 가능합니다.**

재고 정리 세일은 일정기간 동안 한정 되어야 합니다. ‘재고 정리’는 상인이 일정 물품의 재고를 정리를 한다는 표시이기 때문에, 실제로 재고 정리 시에만 가능합니다. 제품은 평소보다 인하 된 가격에 판매 되어야합니다.

- ✓ **‘특가판매’나 ‘특가’는 흔히 않은 상황을 뜻합니다.**

평소 판매 조건과 비슷한 제안은 ‘특가’라고 할 수 없습니다. 특가 판매를 홍보하는 경우, 평소보다 저렴한 가격이거나 또는 가격 인하나 추가 구성품 같은 특이하거나 더 좋은 제안을 해야합니다.

- ✓ **진열대에 전시된 가격과 계산대 가격이 동일 해야합니다.**

진열 가격으로 소비자에게 판매 되어야합니다.

- ✓ **절약되는 금액이나 세일 품목의 숫자를 과장하면 안됩니다.**

할인가가 각각 다르거나 일부 품목만 세일하는 경우 (예를 들어 60%까지 세일) 홍보를 할 때 명확하게 명시하여 몇가지 품목이 할인 되는지 소비자가 알 수 있도록 해야합니다.

- ✓ **“최저가” 같은 절대가격을 사용 할 때 주의가 필요합니다.**

절대가격은 소비자에게 다른 옵션은 필요 없다는 인식을 줍니다. 누차 확인을 통하여 타당성을 갖춰 주장 해야합니다.