

Jak nenaletět při nákupu na sociálních sítích

25.1.2024 - Lucie Korbeliusová | DTest

Jako v každé situaci se vyplatí problémům předcházet, než je následně složitě řešit. Jiná situace nepanuje ani v tomto případě.

Zjistěte, co se dá

„Než s někým začnete na sociální sítích jednat za účelem nákupu či prodeje zboží, ověřte si jeho uživatelský profil,“ upozorňuje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest, a dodává: „Zjistěte jeho předchozí aktivitu na Marketplace či obdobné službě, případně zkontrolujte, zda máte společné přátele či známé. Jestliže objevíte společné přátele, ověřte u nich, jak dobře prodávajícího či zájemce o vaše zboží znají a jaké s ním mají zkušenosti. Zaměřte se také na předchozí inzerci a hodnocení uživatele.“ Zároveň se nabízí jeho jméno zadat do internetového vyhledávače, zda se neobjeví negativní zkušenosti ostatních uživatelů nebo dokonce varování policie.

Pod tlakem nenakupuji

Oblíbeným trikem všech podvodníků je vytváření nátlaku. Cílem je dostat vás do stavu, kdy emoce vítězí nad zdravým rozumem. „Kurýr už jede! Za zboží jsem zaplatil, peníze si vyzvedněte zde: https://nastroj-proradneho/podvodnika/jakzvasvytahnout/1500-50000/tisic_korun.web.cz.“ Při podobném způsobu komunikace si můžete být jisti, že jednáte s manipulátorem, který se vás snaží připravit o peníze. „Zároveň platí, že zasílá-li vám prodávající či kupující jakékoliv odkazy, neotvírejte je. V lepším případě předáte osobní údaje neznámo kam, v horším přijdete o peníze,“ vysvětluje Eduarda Hekšová. Během prodejních „námluv“ také raději komunikujte tak, aby byla komunikace zaznamenaná pro eventuální pozdější potřebu důkazu.

Na dobírku neposílám, nebo?

Zájmy a potřeby prodávajícího a kupujícího jsou často opačné. Platba předem na účet je výhodná, když zboží prodáváte, při koupi zboží se jí, pokud možno, vyhněte. Pro některé prodávající patrně pod vlivem jejich vlastních negativních zkušeností naopak nepřipadá v úvahu ani dobírka, kterou kupující často preferují. Výjimečné totiž nejsou případy nepřevzatých a vrácených zásilek, čímž odesílateli vzniknou náklady za zbytečné odeslání zboží. Setkat se proto můžete s požadavkem na zaplacení zálohy na účet ve výši poštovného. „Oběma stranám – prodávajícímu i kupujícímu, tak lze doporučit především osobní převzetí zboží. Vyvarujete se dohadům ohledně opotřebení či poškození věci, které nebylo patrné na inzertních fotografiích, a především nevyzvednutým zásilkám,“ radí Hekšová.

Zaměřte se na detaily

Při konverzaci si všimněte použitých formulací, slovních spojení, slovosledu, gramatických chyb a úrovně jazyka obecně. „Kostrbaté formulace nebo podivné znaky mohou v textové komunikaci odhalit nezdařilý strojový překlad z orientálních jazyků, což opět nasvědčuje, že zájemce není tím, kým se zdá být. Důležitý je i kontext uváděných informací. Neváhejte proto některé své dotazy i opětovně zopakovat. Není vyloučeno, že se zájemce do svého projevu „zamotá“,“ uzavírá ředitelka dTestu. Zbystřete, pokud vám v průběhu delší komunikace podává jiné informace než na začátku, například o způsobu platby a doručení.

Zboží dorazilo, ale má vadu? Pro reklamaci můžete využít našeho vzorového dopisu dostupného na <https://www.dtest.cz/clanek-3287/reklamace-veci-zakoupene-od-jineho-spotrebitele>.

Pokud spotřebitelé mají otázky k tomuto tématu, mohou se obrátit na bezplatnou spotřebitelskou poradnu dTestu, a to elektronicky na www.dtest.cz/spotrebitelska-poradna nebo telefonicky na číslo 299 149 009.

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest – 299 149 009 – je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již desetitisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<https://www.dtest.cz/clanek-10709/dtest-jak-nenaletet-pri-nakupu-na-socialnich-sitich>