

Spotřebitelé milují své blízké, obchodníci milují svatého Valentýna

8.2.2024 - Lucie Korbéliusová | DTest

Láska na prodej

Zmínění obchodníci využívají blížícího se svátku k nabízení rozmanitých sezónních nabídek a výrobků. Běžně se jedná např. o prodej zboží přebaleného dorůžova, popř. limitované edice potravin se speciální příchutí. Prvním se snaží zvýšit zisk z prodeje tím, že míří na city spotřebitelů nebo mohou dokonce až zneužívat jejich zranitelnosti. Časově i množstevně omezené nabídky zase mají ve spotřebiteli vyvolat syndrom FOMO, tedy strach ze zmeškání, čímž spotřebitele tlačí, aby zakoupili předměty, které by obvykle nepořizovali.

Také kolem svátku svatého Valentýna platí, že je při objednávání zboží přes internet nutné předem ověřit důvěryhodnost vybraného e-shopu. Nejlépe tak lze učinit skrze různé recenzní weby, které shromažďují recenze na jiné obchodníky, sami však zboží neprodávají. „Naopak je třeba přistupovat s ostražitostí k informacím, recenzím a ohlasům, které má obchodník na vlastních stránkách, jelikož nad takovými informacemi má úplnou kontrolu a nelze tak zaručit jejich pravdivost,“ upozorňuje Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest. Alternativně lze zjistit, zda je daný e-shop evidován v seznamu rizikových e-shopů, který vede Česká obchodní inspekce, popř. zda jsou na něj evidovány stížnosti na našem webu VašeStížnosti.cz. Tím se dá předejít problémům ze strany prodejce, jako jsou např. potíže při reklamaci, nevrácení peněz po odstoupení od smlouvy nebo nedoručené zboží.

Manipulativní (smluvní) partner

Zranitelnosti spotřebitelů nevyužívají pouze obchodníci, ale např. i provozovatelé seznámk. Jak jsme již psali dříve, některé online seznamky spotřebitele nalákají na výhodný poplatek, za který lze službu měsíc využívat. Nedostatečně však spotřebitele informují o tom, že se dle jejich obchodních podmínek smlouva automaticky prodlužuje na další měsíce, které však již stojí i několikanásobně více. Peníze účtují za několik následujících měsíců a částku posléze často postoupí inkasním společnostem.

Na citovou stránku spotřebitelů hrají také některá marketingová sdělení, která žádají spotřebitele o finanční příspěvek či asistenci. Někdy může jít třeba o zástupce charity vybírající peníze na pomoc znevýhodněným osobám. „Pokud vás někdo takový kontaktuje, doporučujeme nejprve důkladně ověřit, zda se opravdu jedná o zástupce charity či jiného subjektu, a posléze se přesvědčit, zda je onen subjekt důvěryhodný,“ dodává Eduarda Hekšová.

Evergreenem sociálních sítí jsou pak zprávy od různých uživatelů, kteří typicky tvrdí, že jsou americkým vojákem, nigerijským princem nebo libovolnou celebritou a potřebují naléhavě zaslat peníze, protože se údajně ocitli ve špatné situaci. Tyto zprávy jsou s největší pravděpodobností podvody, jelikož vedle jejich nepravděpodobnosti často ani nelze důvěryhodně ověřit jejich pravdivost. Nedávno jsme zaznamenali také podobnou situaci, kdy volající na naši právní poradnu přišla zpráva od příbuzné, v níž žádala o finanční pomoc. Jednalo se však o zneužitý účet, příbuzná zprávy sama nepsala. Proto i tyto situace doporučujeme ověřovat, stačí i pouhým telefonátem.

„Pokud jste naletěli, není potřeba se stydět,“ upozorňuje Hekšová a dodává: „Schémata obchodníků

jsou stále promyšlenější. V případě problému je důležité jej začít neprodleně řešit, a předejít tak horším následkům.“ V případě potřeby se spotřebitelé mohou obracet na spotřebitelskou poradnu dTest na čísle 299 149 009 nebo elektronicky. V případě sporu s podnikatelem lze také využít bezplatné služby VašeStížnosti.cz.

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 statisíce 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-10728/dtest-spotrebitele-miluji-sve-blizke-obchodnici-miluji-svateho-vale-ntyna>