

dTest: Podvodné reklamy na sociálních sítích

29.5.2025 - | DTest

Levný e-shop nemusí být e-shop

Propagace je v dnešní době velmi snadná, což je vítané zejména u menších prodejců či poskytovatelů služeb. Stejně jednoduše ji však mohou využít i podvodníci a často tak činí. Je proto nutné si vždy řádně ověřit, zda stránky, které využily této propagace jsou skutečnými e-shopy či jinými subjekty, za které se vydávají. *„Často se setkáváme s tím, že stránky jsou založené jen pár dnů, ve kterých spotřebitelé nakoupí zboží, avšak následně jsou obchody dále nedohledatelné. V takovém případě je velmi složité domáhat se svých práv,“* uvádí Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Zlaté české ručičky

Podporujete rádi lokální prodejce? V tom případě i na vás cílí mnoho podvodníků, kteří se vydávají za tradiční české prodejce. Do svých názvů často dávají české město či typické české jméno, aby působili důvěryhodněji. Dlouhou dobu jsme se v rámci naší činnosti setkávali s e-shopem ModaOpava.cz, který měl v logu českou vlajku, avšak s Českou republikou neměl nic společného. V současné době jsou tyto stránky již nedostupné, avšak jako příklad slouží více než dobře.

Druhým typem podvodů souvisejících s „lokálními prodejci“ jsou tklivé příběhy, kdy zpravidla rodinný podnik údajně končí svou činností. Někdy z důvodu vysoké konkurence, jindy například pro vysoký věk a absenci následovníka. V rámci dojemného příběhu je poté nabízeno zboží s vysokou slevou. *„Následně však dojde zboží neodpovídající kvality, případně zboží zcela jiné. Není výjimkou, že zboží nepřijde vůbec,“* upozorňuje Hekšová.

(Ne)známý prodejce

Mezi riziky nemůžeme opomenout ani napodobeniny známých obchodů, kdy podvodníci těží z toho, že vytvoří stránku se stejným nebo velmi podobným názvem. *„Název se může lišit v jednom písmenu, ale může být i zcela totožný,“* upřesňuje Hekšová a dodává: *„Proto je vždy vhodné si stránky inzerenta otevřít a ověřit. Jednoduchým ukazatelem může být počet sledujících.“*

Tyto stránky poté nabízí zboží výrazně pod cenou z důvodu výprodeje skladů – může se jednat o elektroniku od známého prodejce, ale také o prodej zapomenutých zavazadel z letiště. V případě, kdy si spotřebitelé nejsou jistí tím, kdo je provozovatelem daných stránek, neměli by vyplňovat žádné údaje. Podvodníci totiž mohou zneužít jak údaje osobní, tak i platební.

Není čas ztrácet čas

„V případě, kdy spotřebitelé naletěli a například vyplnili nějaký formulář na pochybných stránkách, měli by tuto situaci okamžitě řešit,“ upozorňuje Hekšová. Pokud došlo k poskytnutí platebních údajů, je důležité bezodkladně kontaktovat banku, která doporučí další postup. Tím může být například zablokování platební karty. V případě, že spotřebitel vyplnil osobní údaje případně poskytl kopie osobních dokladů (což je časté v případě podvodných investic), je vhodné rovněž kontaktovat Policii ČR, případně podat trestní oznámení.

V případě, kdy si spotřebitelé nejsou jisti, zda nenaletěli, mohou se obrátit na spotřebitelskou poradnu dTestu, a to každý všední den od 9 do 17 hodin na čísle 299 149 009, případně elektronicky. Pokud by spotřebitelé chtěli varovat ostatní před podvodným e-shopem, mohou rovněž založit stížnost ve službě VašeStížnosti.cz.

Kontakt pro média:

Lucie Korbeliusová

media@dtest.cz, tel.: +420 604 556 874

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-11598/dtest-podvodne-reklamy-na-socialnich-sitich>