

Telemarketerzy: co zrobić, by przestali dzwonić

KONSUMENCI | Blokowanie numeru, gdy wiadomo, że to niechciana oferta, nie rozwiąże problemu. Najlepiej ograniczyć miejsca, gdzie zostawiamy swoje dane.

SZYMON CYDZIK

Uporczywe telefony reklamowe to główny problem zgłaszany przez obywateli. Doraźnym rozwiązaniem jest blokowanie konkretnych numerów (gdy wiadomo, że to oferta) lub wszystkich połączeń z numerów zastrzeżonych. Nie rozwiązuje to jednak problemu – telemarketer może zadzwonić z innego numeru. Można także wpisać się na tzw. Listę Robinsonów, czyli osób niezgadających się na żadne kontakty marketingowe. Dotyczy ona jednak tylko członków Polskiego Stowarzyszenia Marketingu SMB, czyli firm, które i tak zobowiązały się przestrzegać kodeksu etycznego.

Najlepszą więc metodą jest ograniczanie miejsc, w których zostawiamy swoje dane. Firmy telemarketingowe często bowiem kupują je od tzw. brokerów danych, którzy przy okazji różnych treści rozrywkowych, np. konkursów, wymagają podania danych i wyrażenia zgody na ich przekazanie innym podmiotom.

– Trzeba się zastanowić, czy warto wygrać np. bon zniżkowy do sklepu w zamian za to, że ktoś będzie później do nas wydzwaniał – tłumaczy Katarzyna Araczevska z Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. – Dobrze też czytać, na co wyrażamy zgodę i na jakich warunkach, nie zaznaczać bezrefleksyjnie wszystkich okienek. Lampka ostrzegawcza powinna się zapalić, gdy nie wskazano dokładnie podmiotu, któremu dane mają być przekazane. Ogólnie sformułowane zgody mogą naruszać

GDY PRZYJMujemy OFERTĘ

Obowiązki konsultanta

Dzwoniący z ofertą konsultant powinien nas poinformować, że kontaktuje się w celu zawarcia umowy na odległość, a po jej zawarciu – przysłać potwierdzenie warunków umowy na papierze lub trwałym nośniku. Warto wtedy spokojnie i dokładnie zapoznać się z jej warunkami. Jeśli się okaże, że nie jest tak świetna, jak się wydawało, mamy prawo od niej odstąpić w ciągu 14 dni (a w przypadku usług finansowych – 30). Ten termin liczy się od zawarcia umowy, a przy kupnie rzeczy – od jej otrzymania. Dzwoniący powinien o tym poinformować w czasie rozmowy – inaczej termin na odstąpienie wydłuża się do roku. W skrajnych przypadkach konsument może powołać się na istotny błąd co do treści umowy i na tej podstawie próbować podważyć jej ważność, nawet po terminie na odstąpienie, nie dłużej jednak niż po roku od wykrycia błędu. Warto pamiętać, że fakt, iż ofertę przedstawił bez naszej zgody, może być podstawą reklamacji.

przepisy – dodaje.

Jeśli udostępniliśmy swoje dane i zgodziliśmy się na ich wykorzystywanie w celach marketingowych oraz przekazywanie innym, jeszcze nie wszystko stracone. Zawsze można sprzeciwić się ich dalszemu wykorzystywaniu.

Wyraźne „nie”

Sprzeciw można wyrazić ustnie, ale dla celów dowodowych lepiej zrobić to na piśmie. Rozmowy sprzedażowe są zwykle nagrywane, ale dostęp do nagrań ma dzwoniący i wcale nie musi przekazać ich klientowi.

Aby złożyć pisemny sprzeciw, trzeba wiedzieć, w imieniu jakiego podmiotu konsultant się z nami kontaktuje. Dlatego warto zapisać tę informację, a w razie potrzeby poprosić o jej powtórzenie.

– Rozmowę z telemarketerem warto zacząć od ustalenia, skąd ma nasze dane osobowe

mówi radca prawny Agnieszka Ściegorz z kancelarii Grabarek Szalc i Wspólnicy. – Mamy prawo wiedzieć, kto jest administratorem naszych danych, w jakim zakresie oraz w jakim celu je przetwarza, a przede wszystkim w jaki sposób je pozyskał.

Ta ostatnia informacja ma zasadnicze znaczenie, gdyż pozwala wykasować nasze dane u źródła. Sprzeciw dotyczy bowiem wszystkich podmiotów działających w imieniu danego przedsiębiorcy. Nie ma on jednak obowiązku zawiadamiać o sprzeciwie innych administratorów. Broker, od którego firma kupiła dane, może je więc dalej sprzedawać innym, którzy będą do nas dzwonić. Dlatego trzeba się skontaktować z nim i cofnąć zgodę lub żądać usunięcia danych.

Skąd macie moje dane

Każdy podmiot, który przetwarza dane osobowe, będąc

ich administratorem, powinien mieć do tego podstawę prawną i móc wskazać, jak dane pozyskał.


– Konsultant, który do nas dzwoni, powinien móc odpowiedzieć na pytanie: „skąd państwo mają moje dane” – zauważa Agnieszka Świątek-Druś, rzecznik prasowy generalnego inspektora ochrony danych osobowych. – Jeżeli nie reaguje lub odpowiada wymijająco, powinno nas to zastanowić. Może to być sygnał, że firma przetwarza nasze dane niezgodnie z prawem.

Katarzyna Araczevska zauważa jednak, że często telemarketer, a nawet zatrudniający go przedsiębiorca, nie wie, skąd dokładnie pochodzą dane, które kupił.


– Nie może jednak wprowadzać konsumenta w błąd. Lepiej więc, gdy otwarcie mówi, że nie wie, niż próbuje to „kreatywnie” tłumaczyć – wyjaśnia ekspertka.

Jeśli nie dowiemy się, skąd dzwoniący wziął nasze dane, pozostaje droga pisemna. Taki wniosek można składać raz na sześć miesięcy. Administrator ma 30 dni na odpowiedź, której musi udzielić pisemnie, jeśli pytający tego zażąda.

Agnieszka Ściegorz zauważa, że samodzielne ustalenie tożsamości podmiotu przetwarzającego dane może być bardzo trudne. – Warto rozważyć zawiadomienie o sprawie organów ścigania – dodaje. ☺

 pełna wersja tekstu

prawo.rp.pl

 masz pytanie, wyślij e-mail do autora

szymon.czdzik@rp.pl