

通信营销电话藏了多少“坑”?

通信套餐“免费升级”“限时优惠”……这些被消费者视为优惠的广告,不知不觉中却暗藏套路。

“新华视点”记者调查发现,通信行业电话营销花样百出,诱导升级、隐性扣费等现象依然存在。



网络图

花样百出 套路多多

近年来,不少人反映,会不时接到自称是运营商工作人员打来的电话,或称能免费升级服务,或说能降低资费……花样繁多的营销活动背后,可能隐藏着不少套路。

——名为“降低资费”,实则开通服务。

不久前,某运营商营销专线给广东东莞王女士打电话,说可将她99元的套餐改成39元,并给王女士发了一条短信,让其出示验证码。

“我在给官方客服打电话确认来电号码为官方号码后,把验证码给了来电客服。”王女士告诉记者,当时发现验证码短信内容和降低套餐资费不一致,她再三与客服确认,客服说“只是系统问题”。

几分钟后,王女士却收到开通6元增值服务的短信提醒,她再次打电话确认,客服却告诉她,她名下账户套餐并未更改,只是开通了增值服务。

——通知“限时优惠”,实则无需升级。

江苏常州汤女士告诉记者,近日,她接到某运营商官方营销电话,被告知此前她购买的套餐优惠即将失效,如果不从60元升级到89元套餐,下月价格将回到套餐优惠前的每月219元。

汤女士同意了“升级”,稍后她再次咨询运营商官方客服时,却被告知其实她之前60元的优惠套餐可自动延续。但此时,她已收到89元套餐办理成功的短信,套餐将于下个月生效。经拨打客服电话交涉,汤女士终于改回60元套餐。

——声称“免费”,实则扣费。

去年12月,广州的谢先生接到某运营商客服电话,对方称将其4G套餐升级为5G,可免费获得20G通用流量包。谢先生多次确认免费后提供验证码开通。

但今年1月,其话费账单额外新增20元流量包费用。谢先生投诉后,运营商客服第一次回电称“沟通误会”,愿退20元资费;第二次回电退款到账,坚称“误会”,提出补偿50元话费。

记者调查发现,通信营销人员在电话里常使用“免费升级”“限时优惠”等模糊话术或夸大套餐的优惠力度,但对限制性条款闪烁其词,消费者容易被误导。消费者在办理后才发现,实际体验与宣传不符,但此时已无法轻易取消。

记者在“黑猫投诉”平台上看到,运营商营销相关投诉达800多条,消费者对于“电话诱导消费和霸王条款”等方面投诉较多。

广东省消费者委员会发布的《2024年上半年通信服务领域消费维权报告》显示,电话推销频繁、营销手段不规范成为最令消费者糟心的问题之一。

营销电话缘何“变味”

记者从运营商内部人士获悉,运营商营销渠道一般分直销渠道、代理渠道、电商平台等几种。行业竞争越发激烈,企业的经营压力逐步传导至这些营销渠道。

近日,记者来到西部省份两家通信服务公司的呼叫运营中心进行暗访,发现一些“授权代理商”为追求效益,将营销成功率与业务人员收入挂钩。

“主要工作就是通过运营商官方号码推销宽带、流量等业务。”其中一家公司的工作人员向记者介绍,电话营销工作薪资构成为“底薪+提成”。

“比如客户现有套餐是每月19元,成功把套餐转化成39元,中间差额20元,就累计20积分。”该员工说,客服每月综合薪资在4000至8000元不等,如连续两个月未达2000积分,员工将面临被淘汰。

记者了解到,在一些代理渠道中,营销人员通过各类话术想办法“套路”用户,一些人会专门针对老年群体。

“想要业绩就要昧良心。”河南某代理公司前电话营销员小玲告诉记者,一些业绩好的员工专

门忽悠老人:反复强调其每月消费较多,声称“我们能价格降下来,能省不少钱”,并手把手教老人提取开通新增服务的验证码。“有的骨干一天出30单,一半以上是老人。”小玲说。

另一家公司相关负责人向记者介绍,电话客服要按照“开场白-业务介绍-确认下单-下发短信-温馨提示”流程执行外呼工作,在客户已确认下单意愿、官号发送业务办理短信后,客服才会“温馨提示”违约金等重要条款信息;该负责人要求客服人员不得主动引导客户产生升级投诉,“90%的客户都没有投诉的意识”。

记者调查发现,与线下营业厅办理业务相比,电话营销更易“埋坑”,口头合同取证难度大、证据认定复杂,消费者往往只能吃“哑巴亏”。

中国消费者协会发布的《2024年上半年全国消协组织受理投诉情况分析》显示,运营商推销人员在推销电话中以免费试用、免费升级、免费赠送为幌子,故意隐藏或模糊最低消费、合约期限、自动续费、违约金等关键信息,诱导消费者开通付费业务等不正当营销问题突出。

规范经营以服务质量赢得市场

针对电话推销频繁、营销手段不规范等问题,相关部门多次出台规定。

2018年8月,工信部印发《关于进一步规范电信资费营销行为的通知》,明确规定电信业务经营者不得虚假宣传、片面夸大或混淆资费优惠幅度,以及做出其他容易引起用户误解的宣传。

“运营商授权第三方公司开展营销活动,需对其行为负责。”中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,运营商应落实主体责任、加强内部管理,进一步规范营销人员的行为。

西南政法大学经济法学院副教授马勇认为,通信营销电话乱象应引起重视,进一步完善法律法规,及时填补营销规制漏洞。

“治理这一屡禁不绝的行业‘顽疾’,应直击病因。”广州大学法学院教授欧卫安表示,除加强通信运营商的管理外,还需从源头上推动企业采用

更加合法、合规的营销方式。

陈音江表示,根据民法典合同编相关规定,当事人可以口头订立合同,但合同的内容需要双方充分知情并同意。如果通过隐藏条款、模糊话术等误导消费者签订合同,应属无效合同。

重庆志和智律师事务所律师杜培建议,消费者在接到营销电话时,应尽量保留通话录音、短信记录,同时详细了解营销项目具体内容和合同条款。如遇不合理收费或强制消费,可及时向工信部投诉平台、消费者组织等渠道投诉,积极维护合法权益。

“除加强监管外,运营商还应从源头上提升服务质量,增加高质量产品供给。”欧卫安表示,运营商应充分考虑用户的实际需求,以更高质量的产品主动“赢得”市场。

(据新华社)