

Czy promocje mogą trwać wiecznie?

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 12, kwiecień 2023 11:40

Katarzyna Sekuła

Odśłony: 1263

Już 77 proc. polskich internautów korzysta ze sklepów on-line. Najczęściej kupowane produkty to odzież i akcesoria oraz obuwie. Właśnie te kategorie oferują popularne e-sklepy born2be.pl i renee.pl należące do spółki Azagroup. Prezes UOKiK Tomasz Chróstny postawił tej firmie zarzut wprowadzania konsumentów w błąd poprzez sugerowanie ograniczonego czasu trwania promocji, podczas gdy towary były oferowane w cenach promocyjnych przez cały czas.

Konsument odwiedzający internetowe sklepy born2be.pl i renee.pl widział, że może skorzystać z promocyjnej oferty i dzięki wpisaniu specjalnego okolicznościowego kodu dokonać zakupu po niższej cenie. Kody rozpowszechniane były wraz z komunikacją specjalnych okolicznościowych obniżek, np. „szalona środa”, „tydzień urodzinowy”, „noc zakupów”, „extra -40% na wszystko z okazji 11 urodzin Renee! Kod: BDAY”.

Kupujący mógł odnieść wrażenie, że jedynie w tym konkretnym momencie może kupić sukienkę lub buty w wyjątkowo korzystnej, obniżonej cenie, a w rzeczywistości poddawany był manipulacji i sztucznej presji, gdyż promocje na stronach tych sklepów nie kończyły się nigdy. Po zakończeniu okresu obowiązywania akcji promocyjnej, na stronie pojawiał się nowy (lub ten sam) kod rabatowy i rozpoczynała się kolejna promocja oferująca podobną korzyść.

Ponadto, na górze stron zamieszczony bywał zegar, który odliczał czas do końca promocji, co jeszcze zwiększało wrażenie, że specjalna oferta jest ograniczona w czasie. Po skończeniu czasu promocji następował reset i czasomierz rozpoczynał odmierzenie czasu kolejnej udawanej oferty specjalnej. To przykład tzw. dark patterns, czyli praktyk wykorzystujących wiedzę o zachowaniach użytkowników do wpływania na ich decyzje.

Jak informuje prezes UOKiK, Tomasz Chróstny - Sugerowanie przez sklepy internetowe ograniczonego czasu trwania atrakcyjnych promocji cenowych, podczas gdy obowiązują one nieustannie, to niezgodna z prawem praktyka rynkowa. Permanentne promocje to w rzeczywistości marketingowy sposób prezentacji cen regularnych, które nie oferują rzeczywistych korzyści cenowych, wywierają sztuczną presję i wprowadzają kupującego w błąd. Proces decyzyjny konsumenta nie powinien podlegać żadnym naciskom czy działaniom o charakterze socjotechnicznym.

Jeśli zarzuty wobec Azagroup zostaną potwierdzone, spółce grozi kara do 10 proc. rocznego obrotu.

Źródło: IP UOKiK