



Miejski Rzecznik Konsumentów bezpłatnie pomaga warszawiakom w sprawach o ochronę ich praw jako konsumentów.

W konkretnych sprawach sporów między konsumentem a sprzedawcą lub usługodawcą –Rzecznik może wystąpić do przedsiębiorcy, ze wskazaniem na stan prawny i prawidłowy sposób rozpatrzenia reklamacji. Wystąpienia rzecznika zmierzają do rozwiązania sporów w sposób polubowny.

Jeżeli nie ma szansy na polubowne rozwiązanie konfliktu rzecznik może udzielić konsumentowi pomocy w dochodzeniu roszczeń na drodze sądowej.

Formy takiej pomocy są różne: rzecznik może udzielić pomocy przy napisaniu pozwu, przedstawić sądowi swój pogląd w sprawie, a nawet włączyć się do postępowania.

Jeżeli:

- uważasz, że sprzedawca niestusznie odrzucił twoją reklamację,
  - masz kłopoty ze źle wykonanym przez fachowca remontem,
  - nie zgadzasz się z wysokością opłat za telefon lub masz inną sprawę konsumencką,
- możesz skontaktować się z Miejskim Rzecznikiem Konsumentów, który oceni twoje racje, udzieli porady prawnej i wskaże możliwe rozwiązania.

### Miejski Rzecznik Konsumentów w m.st. Warszawie

ul. Canaletta 2

00-099 Warszawa

tel. 22 443 34 44

[www.konsument.um.warszawa.pl](http://www.konsument.um.warszawa.pl)

ORGANIZATORZY:



## POMÓŻ NAM WALCZYĆ Z MANIPULACJĄ SPRZEDAŻOWĄ!

Do rzeczników konsumentów w całym kraju każdego dnia zgłaszają się osoby oszukane na prezentacjach. Każdego dnia odbywają się pokazy różnych „cudownych” produktów. Każdego dnia wykonuje się kilkadziesiąt tysięcy telefonów z zaproszeniami...

### W REZULTACIE:

- ⇒ Kilkadziesiąt tysięcy osób rocznie jest poddawanych manipulacjom!
- ⇒ Kilkadziesiąt tysięcy osób rocznie nieświadomie podpisuje zobowiązania kredytowe!
- ⇒ Kilkadziesiąt tysięcy osób rocznie bierze kredyt ponad własne możliwości!



Współczesny rynek rozwija się intensywnie, a przedsiębiorcy stosują coraz bardziej wyszukane triki marketingowe, aby pozyskać klienta. Chcemy, by konsumenci byli świadomi swoich praw i byli lepiej chronieni w obliczu istniejących zagrożeń. W niniejszym folderze znajdą Państwo opis technik, za pomocą których handlowcy wywierają wpływ na konsumentów na prezentacjach sprzedażowych i nakłaniają ich do zakupu produktów po zawyżonych cenach. Umieściliśmy tutaj również szereg porad, jak unikać zagrożeń wiążących się z udziałem w pokazach sprzedażowych, a także co zrobić, gdy niekorzystna umowa została już zawarta i jak się z niej wycofać.

# CZYM JEST SPRZEDAŻ POZA LOKALEM PRZEDSIĘBIORSTWA?



*Sprzedaż ta odbywa się poza stałymi punktami sprzedaży detalicznej. Zazwyczaj ma miejsce w domu klienta, podczas prezentacji lub wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę. Pokazy organizowane są najczęściej w dobrych, ekskluzywnych hotelach, restauracjach, sanatoriach lub parafiach.*



## SPOSOBY ZAPRASZANIA GOŚCI NA POKAZY, PREZENTACJE:

- ⇒ Telefoniczne/Telemarketing
- ⇒ Zaproszenia wysyłane pocztą
- ⇒ Ulotki informacyjne
- ⇒ Ogłoszenia na klatkach schodowych

## NA CO JESTEŚMY ZAPRASZANI?

- ⇒ Darmowe badania (podczas których często zostaje ujawniony problem zdrowotny, w rozwiązaniu którego ma pomóc oferowany przez sprzedawcę produkt)
- ⇒ Bezpłatne konsultacje ze specjalistami
- ⇒ Darmowy masaż
- ⇒ Wykłady zdrowotne na temat zdrowego stylu życia, ekologicznego gotowania itp.
- ⇒ Odbiór darmowego, „cennego” prezentu typu: żelazko, waga, grill, suszarka, wiertarka. Zwykle są to jednak drobne upominki, które nijak mają się do tego, o czym był informowany klient. Można je odebrać na końcu trwającej często do 3-4 godzin prezentacji.

To wszystko ma zachęcić nas do przyścia na spotkanie. Zaproszeni goście nie są najczęściej informowani o jego celu handlowym. Na spotkaniach prezentowane są produkty mające ułatwiać funkcjonowanie w domu, pomóc w utrzymaniu dobrego zdrowia, a także wspomagać leczenie. Gości często wprowadza się w błąd co do właściwości oferowanych produktów. Podczas spotkania często zakazuje się używania telefonów komórkowych.



## GOŚCI PREZENTACJI NAJCZĘŚCIEJ SĄ:

**Emeryci i renciści** – osoby mające comiesięczny stały dochód, łatwo „windykowalne”, które z łatwością otrzymują kredyt na zakup oferowanych towarów i usług

**Osoby starsze** – które niejednokrotnie nie potrafią ocenić wartości danej oferty lub jej porównać (nie korzystają z Internetu), a z drugiej strony są nauczone zaufania do drugiego człowieka

Z wiekiem coraz ważniejsze staje się **zdrowie i dobre samopoczucie**, dlatego firmy te za cel obrały sobie Seniorów, których łatwiej jest przekonać nawet do bardzo kosztownych zakupów.



## PRODUKTY OFEROWANE NA SPOTKANIACH A ICH REALNA CENA:



### PROZDROWOTNE POŚCIELE WEŁNIANE



Pościele wełniana 100% MERYNOS 220x200 4-cz+ GRATIS od Wool Dream

451,00 zł

45,10 zł x 11 rat (przyw.)

1 osoba kupiła 1 sztukę

99,6% poleca sprzedawcę 4 dni robocze czas wysyłki 18,00 zł najniższa dostawa na odstąpienie od umowy 14 dni

OPCJE DOSTAWY

Kolor wzór



Wymiary kołdry

140x200cm 160x200cm 180x200cm 200x200cm

200x220cm

Liczba sztuk

1 z 98 sztuk

*Merynosy australijskie, wełny wielbłądzie, wełny kaszmirowe. Niekiedy prezentowane jako „zestawy rehabilitacyjne”.*

Średnia cena kompletu dwuosobowego na pokazie to około **3500 do 5500 zł**. Cena w Internecie na portalu aukcyjnym podobnego produktu to około **500-800 zł**, czyli nawet

**11 razy mniej niż na prezentacji!**

## MASAŻERY I URZĄDZENIA MASUJĄCE



OBSERWUJ

Mata grzewcza samochodowa siedzenie Autozubehor12V  
od Super Sprzedawcy UlekaJZaMiasto

5,00 ★★★★★ 3 oceny produktu

**169,99 zł SMART**

99,6% poleca sprzedawce    24 godziny czas wysyłki    8,00 zł najtańsza dostawa    14 dni na odstąpienie od umowy

OPCJE DOSTAWY ▾

Liczba sztuk:  z 5 sztuk

**DODAJ DO KOSZYKA**

**KUP TERAZ**

Allegro gwarantuje bezpieczne zakupy  
Otrzymasz kupiony przedmiot albo zwrócimy Ci pieniądze. [Sprawdź szczegóły.](#)

Często wyroby paramedyczne, nieposiadające stosownych certyfikatów wyrobu medycznego i mające zastąpić leczniczy masaż u specjalisty.



### CENA NA PREZENTACJI:

od około **1500 zł**  
do **5000 zł**

### CENA W INTERNECIE:

od około **100 zł**

czyli nawet  
**50 razy mniej**  
niż na prezentacji!

## ROBOTY KUCHENNE I WYCISKARKI DO SOKÓW



Wyciskarka soków wolnoobrotowa Essence

4,88 ★★★★★ 82 oceny produktu

~~35%~~ 949,00 zł  
**259,00 zł**  
12,95 zł x 20 rat **raty-zero**

369 osób kupiło 390 sztuk

99,4% poleca sprzedawce    24 godziny czas wysyłki    darmowa dostawa    30 dni na odstąpienie od umowy

OPCJE DOSTAWY ▾

Kolor/wzór:

Liczba sztuk:  z 742 sztuk

**DODAJ DO KOSZYKA**

**KUP TERAZ**

Wolnoobrotowe, gwarantujące sokoterapię w domu.

### CENA NA PREZENTACJI:

od około **2500 zł**  
do **4000 zł**

### CENA W INTERNECIE:

od około **150 zł**  
do **800 zł**

czyli nawet  
**26 razy mniej**  
niż na prezentacji!

(zdarzają się droższe renomowanych producentów)



## NACZYNIA ZE STALI SZLACHETNEJ, TZW. TRZECIEJ GENERACJI



 **Zestaw garnków stalowych KonigHOFFER Faro 12 el.**  
 od Super Sprzedawcy **cafar\_pl**

34% 399,99 zł  
**219,99 zł**  
 11,00 zł x 20 rat **Kup teraz**

2 osoby kupiły 2 komplety

98,9% poleca sprzedawcę	34 godzinny czas wyjłki	darmowa dostawa	30 dni na odstąpienie od umowy
-------------------------	-------------------------	-----------------	--------------------------------

OPCJE DOSTAWY ▾

Liczba kompletów:  z 7 480 kompletów

**DODAJ DO KOSZYKA**

**KUP TERAZ**

Allegro gwarantuje bezpieczne zakupy  
Otrzymasz kupiony przedmiot albo zwrócimy Ci pieniądze. Sprawdź szczegóły.

Mające gwarantować zdrowe gotowanie: bez soli, tłuszczu, oszczędzające energię.



### CENA NA PREZENTACJI:

od około **2500 zł**  
do **8000 zł**

### CENA W INTERNECIE:

od około **300 zł**

czyli nawet

**26 razy mniej  
niż na prezentacji!**

## ODKURZACZE NAZYWANE CZĘSTO „SYSTEMAMI CZYSZCZĄCYMI”



**Odkurzacz wodny bezworkowy 1400W FIRST AUSTRIA**  
 od Super Sprzedawcy **Chiqakryskop First Austria**

4,66 ★★★★★ 122 oceny produktu


34% 999,00 zł  
**329,00 zł SMART**  
 16,45 zł x 20 rat **Kup teraz**

16 osób kupiło 16 sztuk

99,8% poleca sprzedawcę	34 godzinny czas wyjłki	8,00 zł najniższa dostawa	14 dni na odstąpienie od umowy
-------------------------	-------------------------	---------------------------	--------------------------------

OPCJE DOSTAWY ▾

Ubezpieczenia od 47,80 zł  
Ochrona przed kradzieżą

Kolor/wzór: 

Liczba sztuk:  z 9294 sztuk

**DODAJ DO KOSZYKA**

**KUP TERAZ**

Gwarantujące efektywne sprzątnięcie i mające zapobiegać alergiom.



### CENA NA PREZENTACJI:

około **8000 zł**

### CENA W INTERNECIE:

od około **300 zł**  
do **400 zł**

czyli nawet

**26 razy mniej  
niż na prezentacji!**



Cena produktów oferowanych na prezentacjach jest od 10 do 50 razy wyższa aniżeli ich faktyczna wartość rynkowa.

## PRZEBIEG PREZENTACJI

- ⇒ Prezenter to przeważnie elegancka **miła, młoda osoba**, która kojarzy się z dobrym wnuczkiem
- ⇒ **Swobodna atmosfera**, aby klient nie odniósł wrażenia, że cokolwiek będzie sprzedawane
- ⇒ Każdy ma czuć się **wyjątkowo** i mieć świadomość, że uczestniczenie w spotkaniu jest wyróżnieniem
- ⇒ **Uśmiechy i komplementy** w odpowiednich momentach
- ⇒ Często osoba prowadząca podaje się za **eksperta**
- ⇒ Prezentacje ilustrowane są filmami z wypowiedziami fachowców i znanych osób
- ⇒ Często pokazuje się **certyfikaty**, mające potwierdzać **wiarygodność produktu** oraz jego **wyjątkowość**
- ⇒ Brawa i oklaski



## DLACZEGO KUPUJEMY NA PREZENTACJACH?

Podczas prezentacji produktów stosowane są nieznanne „zwykłemu” człowiekowi **triki handlowe** i **techniki wywierania wpływu** mające podnosić wartość oferowanych produktów i skutecznie przekonać nas do ich zakupu. Za ich pomocą sprzedawcy wywołują w nas **potrzebę** zakupu oferowanych produktów oraz przekonują nas, że zakup jest rozsądny i opłacalny, nawet jeżeli tak nie jest, a my tak naprawdę go nie potrzebujemy lub nas na niego nie stać. Poniżej przedstawiamy Państwu niektóre z technik manipulacji stosowanych na prezentacjach. Zaznajomienie się z nimi umożliwi Wam ich rozpoznanie oraz ułatwi świadome podejmowanie decyzji konsumenckich.





## Reguła społecznego dowodu słuszności

Według tej zasady często przy podejmowaniu decyzji sugerujemy się zdaniem większości. Uważamy, że skoro inni zachowują się w dany sposób, to jest on właściwy, a my powinniśmy postępować podobnie. Trikiem handlowym stosowanym na prezentacjach jest ciągle powtarzanie pytania: I jak? Podoba się państwu? Obowiązuje zasada: im częściej pada słowo TAK, tym lepiej dla atmosfery sprzedaży. Powoduje to znaczny wzrost słuszności tego, co człowiek słyszy. Sprzedawcy również namawiają nas do zakupu towaru i przekonują, że jest on wart swojej ceny, ponieważ wiele osób już dokonało zakupu. My natomiast przyjmujemy, że skoro inni kupują, to znaczy, że jest to dobre.

**👉 Pamiętaj:** na prezentacjach często pojawia się „podstawiony klient”. Jego głównym celem jest zachwalanie produktów i przekonanie Cię do ich zakupu. To co robią inni, nie zawsze jest właściwe. Podejmuj decyzje samodzielnie.



## Reguła wzajemności

Według tej zasady chcemy odwdziżyć się osobie, która coś dla nas zrobiła. Korzystając z tego triku, handlowcy kuszą nas do przyjęcia na bezpłatne badania, poczęstunek, prawie darmową wycieczkę lub obdarowują nas prezentem. W ten sposób wywołują w nas poczucie wdzięczności oraz tego, że jesteśmy im coś winni. Chcąc się odwdziżyć, spełniamy prośbę i kupujemy coś od osoby, która przeprowadza dla nas spotkanie. Niestety w zawyżonej i nieuczciwej cenie.

**👉 Pamiętaj:** Przychodząc na spotkanie do niczego się nie zobowiązujesz. Nie musisz niczego kupować, nawet jeżeli sprzedawca zaoferował Ci dużą zniżkę i dał Ci darmowy prezent.



## Reguła niedostępności

„Tylko tu i teraz, taka okazja się nie powtórzy!”. Wydaje nam się, że rzeczy rzadkie i trudniej dostępne są lepsze i bardziej wartościowe, i tym bardziej chcemy je mieć. Sprzedawcy często przekonują nas, że ta prezentacja to jedyna okazja, aby nabyć dany produkt lub zakupić go w cenie promocyjnej. Na pokazach zwykle organizowane są również losowania, a szczęśliwi zwycięzcy nabywają prawo do zakupu towaru po „okazyjnej” cenie. Niewykorzystanie takiej „szansy” wydają się nierozsądne i jest utratą „niepowtarzalnej okazji”.

**👉 Pamiętaj:** „Tu i teraz” to żadna okazja. Jeżeli coś można kupić dziś, to jutro również będzie to możliwe. Daj sobie czas na zastanowienie. Specjalna oferta nie zawsze oznacza zakup w dobrej cenie, a droższe nie znaczy lepsze.



## Reguła zaangażowania i konsekwencji

Jeżeli zaangażowałem się w coś, to będę kontynuował działanie, ponieważ nie chcę stracić zainwestowanego czasu, energii i pieniędzy. Chcemy być postrzegani jako osoby konsekwentne, dlatego jeżeli zobowiązemy się do czegoś lub podejmiemy jakąś decyzję, trudno jest nam się potem z nich wycofać, nawet jeżeli stwierdzimy, że były one nietrafne. Nie chcemy marnować czasu spędzonego na prezentacji, dlatego też jesteśmy bardziej skorzy do zakupu testowanych produktów.

✚ **Pamiętaj:** *Lepiej jest stracić już poświęcony czas niż narazić się na dodatkowe straty. Zawsze możesz zmienić decyzję.*

## Reguła autorytetu

Prezenterzy często powołują się na opinie autorytetów, np. znanych osób, specjalistów wykonujących zawody medyczne lub instytucji. Doskonale wiedzą, że podczas prezentacji nie możemy tego sprawdzić i wykorzystują to. Innym przykładem są aktorzy przebrani za lekarza lub udający znającą się na rzeczy matkę czworga dzieci.

✚ **Pamiętaj:** *Nie wierz bezkrytycznie przytaczanym rekomendacjom. Czy znana osoba powinna być uznawana za eksperta w danej dziedzinie? Przed zakupem sprzętu medycznego skonsultuj swój wybór z lekarzem.*



## Reguła lubienia i sympatii

Osoby miłe, ładne i eleganckie łatwiej wzbudzają naszą sympatię. Jeżeli kogoś lubimy, to spełnimy jego prośbę. Prezenterzy chętnie obsypują nas komplementami i schlebiają nam. Dowiadujemy się, że mamy na imię jak najukochańsza babcia, mama czy siostra osoby prowadzącej spotkanie.

✚ **Pamiętaj:** *Miły i szarmancki nie znaczy uczciwy. Bądź ostrożny przy wszystkich próbach pochlebstw.*



## Historia własnych przeżyć związanych z cudownym działaniem produktu


Zdarza się, że wśród gości znajduje się osoba „podstawiona”, która błyskawicznie odpowiada na pytania dotyczące oferowanych produktów i zachwala ich fenomenalne działanie.

*Zadaniem handlowca na prezentacji jest UŚWIADOMIĆ potencjalnego klienta, jak bardzo zmieni się jego życie, gdy kupi dany produkt!*

Prawidłowo przeszkolony prezenter potrafi odpowiedzieć na każde niewygodne pytanie i zastrzeżenia. Jest w stanie tak bardzo „obrócić kota ogonem” i odwołać się do pozostałej części gości, że zgłaszane obiekcje szybko zostają przez wszystkich uznane za bezzasadne. Nad prawidłowym przebiegiem spotkania zawsze czuwa pozostała część obsługi, gotowa uciszać osoby rozmawiające ze sobą, czy publicznie kwestionujące zasadność takich spotkań i ich czyste intencje.

## ARGUMENTACJA CENY – SZANTAŻ EMOCJONALNY

Większość firm prezentujących towary zazwyczaj stosuje zasadę:

 **NAJPIERW POWIEDZ KLIENTOWI CENĘ BARDZO DUŻĄ. POTE M NAWET JAK OPUŚCISZ MU W PROMOCJI O POŁOWĘ, TO I TAK MASZ 5 RAZY TYLE, ILE DANY PRODUKT JEST FAKTYCZNIE WART!**



Następuje **argumentacja ceny**, podczas której prezydent stosuje szantaż emocjonalny: wyrób wyjątkowo trwały, o wspaniałych właściwościach, jest tak dobry, że nawet WASZE WNUKI będą go używać!

Prezydent musi odnieść się do rzeczywistych problemów w życiu. Na przykład, **jeżeli reklamuje masażer, zapyta ile kosztuje jeden masaż lub jak trudno dostać się na masaż z NFZ – jego produkt rozwiąże te problemy RAZ NA CAŁE ŻYCIE**. Po podaniu ceny następuje „zachęcanie” do zakupu i wywieranie wątpliwej etycznie presji na osobę biorącą udział w prezentacji. Wykorzystując moment zaskoczenia prezydent bombarduje informacjami, których nie da się potwierdzić w ciągu kilku chwil i szantażują emocjonalnie odpowiedzialnością za zdrowie rodziny.

Odwołują się również do bezcennej zdrowia, długości życia i czasu spędzonego z bliskimi. Ma to na celu wytworzyć w nas potrzebę zakupu produktu, którego zwykle nie potrzebujemy, lub na który nas nie stać. Wmawiają nam, że kilka tysięcy złotych to wcale nie za dużo jak na produkt, który ma tak cudowne właściwości, a dodatkowo klient będzie wręcz oszczędzał posiadając ów wyrób, między innymi na wizycie u lekarza, lekach, czasie, prądzie itd.


*Po omówieniu ceny i argumentacji dlaczego cena produktów jest aż tak wysoka, następuje*  
**PROPOZYCJA WYJĄTKOWEJ PROMOCJI WŁAŚNIE NA TYM SPOTKANIU!**



## PROMOCJE I GRATISY

Prezenter pokazując korzyści z zakupu produktów **na danym spotkaniu** prezentuje promocję. Przykładowo: kto dziś zakupi matę masującą otrzyma zestaw naczyń ze stali **szlachetnej zupełnie za darmo** lub w cenie 1 zł.



 **Zasada jest następująca:**  
**IM WIĘCEJ PREZENTÓW, TYM WIĘKSZA OKAZJA ZAKUPOWA.**

## CHWYTY „DOPINAJĄCE” UMOWY SPRZEDAŻOWE

Obsługa informuje gości, że na dzisiejszym spotkaniu odbędzie się **losowanie trzech wspaniałych nagród!** Brawa, uśmiechy, entuzjazm.



### PRZEBIEG LOSOWANIA:

z góry ustalone osoby, które wyglądają na takie, którym produkt się podoba i potencjalnie mogą zdecydować się na zakup, są szczęśliwymi wygranymi nagrody głównej! Jest to np. zestaw lśniących naczyń do zdrowego gotowania.

Zwycięzcy proszeni są o rozmowę indywidualną z doradcami. Wtedy dowiadują się, że aby otrzymać wygrany prezent muszą nabyć inny produkt za kilka tysięcy złotych!

W ten sposób prezenterzy doprowadzają do zawarcia umowy i podpisania kredytu na horrendalnie wysokie oprocentowanie.



## PO PODPISANIU UMOWY CZĘSTO OKAZUJE SIĘ, ŻE:



- ⇒ Cena jest zdecydowanie za wysoka, lub że na zakup nas nie stać
- ⇒ Produkt jest nam niepotrzebny
- ⇒ Produkt jest niskiej jakości
- ⇒ Decyzja o zakupie była zbyt pochopna



## DZIESIĘĆ GRZECHÓW GŁÓWNYCH PREZENTACJI

Bardzo często zdarza się, że:

- ⇒ klient **nie wie, co podpisuje**, ponieważ wszystko dzieje się **zbyt szybko**
- ⇒ **dynamiczna sytuacja** nie pozwala podjąć decyzji w sposób **racjonalny**, np. czy dany produkt jest mi **potrzebny**, czy mnie na niego **stać**?
- ⇒ klient nie ma świadomości, że podpisuje **dotatkową umowę kredytową** (zakup na raty z reguły oznacza zaciągnięcie kredytu i konieczność jego spłaty)
- ⇒ **handlowcy unikają pewnych zwrotów, np. kredyt**, używając w zamian określeń, takich jak spłata miesięczna
- ⇒ klient **nie otrzymuje kompletu dokumentów zakupowych**, np. druku kredytu, który podpisał
- ⇒ klient **nie może w spokoju przeczytać umów, regulaminów i zasad kupna**
- ⇒ klient jest przekonywany, że trafiła mu się **wyjatkowa okazja cenowa**, która się nie powtórzy, że większość klientów dokonuje zakupu trafiając na taką okazję
- ⇒ klient **nie ma świadomości, ile przepłaca**
- ⇒ klient **nie jest informowany o swoich prawach**, np. do odstąpienia od umowy w ciągu **14 dni**

### LICZY SIĘ PRESJA CZASU I EFEKTU.

Uprzejmość handlowców zazwyczaj kończy się po podpisaniu umowy.  
Każdy z nas może mieć chwilę słabości...

## CO JEŻELI... PODPISAŁEŚ NIEKORZYSTNĄ UMOWĘ I CHCESZ SIĘ Z NIEJ WYCOFAĆ?

- ⇒ Jeżeli podpisałeś umowę na zakup produktów na prezentacji, to **w ciągu 14 dni od jej zawarcia możesz z niej zrezygnować bez podania przyczyny**
- ⇒ Wyślij sprzedawcy **oświadczenie o odstąpieniu od umowy** (formularz odstąpienia od umowy powinien dostarczyć sprzedawca, wzór pisma znajdziesz również na końcu tego folderu)
- ⇒ **Poinformuj bank**, że **rezygnujesz z kredytu**, jeśli był on częścią umowy, a towar zakupiłeś na **raty**
- ⇒ **Zwróć towar sprzedawcy** (rozpakowanie i użycie produktu nie pozbawia Cię prawa do odstąpienia od umowy). Możesz zrobić to osobiście lub wysłać pocztą na adres sprzedawcy.



- ⇒ Korespondencję wysyłaj listami **poleconymi za potwierdzeniem odbioru**
- ⇒ Skorzystaj z pomocy **Powiatowego Rzecznika Praw Konsumenta**
- ⇒ Skorzystaj z pomocy **prawnika** (dowiedz się gdzie w twojej okolicy znajdują się **Punkty Nieodpłatnej Pomocy Prawnej**)
- ⇒ Jeżeli w jakikolwiek sposób czujesz się zagrożony zaistniałą sytuacją, zgłoś problem **POLICJI** lub w **PROKURATURZE** (instytucje państwowe są po to, aby Ci pomóc)



## POTRZEBUJESZ POMOCY?

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI  
Stowarzyszenie MANKO

📞 12 429 37 28 📠 790 294 007

✉ kontakt@manko.pl

## **PAMIĘTAJ: LICZY SIĘ CZAS!**

Im szybciej podejmiesz działanie, tym lepiej dla Ciebie. Jeżeli jesteś osobą starszą zwróć się o pomoc do swoich dzieci, wnuków, sąsiadów lub znajomych. Osoby młodsze pomogą Ci wybrnąć z sytuacji. Brak działania oznacza często trudne do przewidzenia konsekwencje.

## **JAK NIE ULEC MANIPULACJI NA PREZENTACJI**

### **PAMIĘTAJ:**

- ➔ **Nie ma niczego za darmo!**
- ➔ **Pospiech jest złym doradcą.** Nie ulegaj pokusie prezentów i promocji. Nie podpisuj niczego bez **spokojnego zastanowienia się** nad zakupem!
- ➔ Zanim coś kupisz i podpiszesz, **poradź się kogoś bliskiego!** Czy Twoje dzieci i znajomi również uważają, że produkt jest w dobrej cenie?
- ➔ **Porównaj oferty.** Poproś dzieci lub wnuki o sprawdzenie w Internecie cen podobnych produktów oraz **opinii o firmie** organizującej pokaz.
- ➔ Przed zakupem sprzętu medycznego **poproś o radę swojego lekarza** rodzinnego.
- ➔ **Przeczytaj uważnie warunki umowy**, którą podpisujesz i zażądaj kopii każdego podpisanego przez siebie dokumentu.
- ➔ **Nie podpisuj umów**, których nie rozumiesz.
- ➔ Nikomu obcemu nie dawaj swojego dowodu osobistego!
- ➔ **Nikt Cię do niczego nie zmusi, jeśli tego nie chcesz!** Jeżeli szukasz rozrywki lub towarzystwa, nikt nie broni Ci chodzić na takie spotkania, ale nie podpisuj zobowiązań, z których potem trudno będzie Ci się wywiązać.
- ➔ **Bądź ostrożny.** Często dzieci muszą spłacać kredyty rodziców.
- ➔ Tu chodzi o duże pieniądze!





## KAMPANIA „STOP MANIPULACJI – NIE KUPUJ NA PREZENTACJI!”

Czy wiesz, że w trakcie trwania kampanii tylko w 2018 roku udało się zwrócić Seniorom zakupione na prezentacjach niechciane towary o łącznej wartości **500 tysięcy złotych?**

Kampania „Stop Manipulacji, nie kupuj na prezentacji!” przewiduje działania prewencyjne przed dokonywaniem zakupów w warunkach, które nie sprzyjają rozsądnemu podejmowaniu decyzji przez konsumentów. Jej celem jest wzrost świadomości konsumentów, edukacja w obszarze praw konsumenckich, manipulacyjnych technik sprzedaży i bezpieczeństwa. W ramach kampanii organizowane są warsztaty dla Seniorów z wiedzy konsumenco-psychologicznej i mające ostrzec przed manipulacją sprzedażową. Projekt skierowany jest nie tylko do Seniorów, którzy stanowią grupę potencjalnie najbardziej narażoną na działania nieuczciwych sprze-



dawców, ale również do osób młodszych, które często mają największy wpływ na działania rodziców czy dziadków. Poza edukacją Seniorów i ich dzieci zakładamy edukację pracowników gmin, uzdrowisk i hoteli, aby nie wynajmowali powierzchni pod tego typu praktyki biznesowe. Już pierwsze tego typu placówki przystąpiły do kampanii. Planujemy także działania na rzecz zmiany prawa ograniczającego manipulację sprzedażową wzorem innych krajów.

**NIE DAJ SIĘ OSZUKAĆ! OCHROŃ  
SWOICH BLISKICH PRZED  
KŁOPOTAMI!**

Zatrzymaj z nami ten nieetyczny proceder i powiedz:

**STOP MANIPULACJI – NIE KUPUJ NA PREZENTACJI!**

**DOŁĄCZ DO NAS!**

[WWW.GLOSSENIORA.PL](http://WWW.GLOSSENIORA.PL)

[www.facebook.com/StopManipulacjiNieDajSieOszukac](http://www.facebook.com/StopManipulacjiNieDajSieOszukac)

☎ 12 429 37 28 ☎ 790 294 007

✉ [kontakt@manko.pl](mailto:kontakt@manko.pl)

# WZORY PISM

## 1. Wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa

Miejscowość, Data

Imię i nazwisko  
Adres konsumenta

Nazwa i adres  
przedsiębiorcy

Oświadczenie o odstąpieniu od Umowy

Oświadczam, że odstępuję od umowy ..... nr ..... zawartej dnia ..... W .....

\*jeżeli otrzymałeś towar:

Towar otrzymałem w dniu .....

\*jeżeli zapłaciłeś za towar lub wpłaciłeś zaliczkę:

Proszę o zwrot kwoty ..... zł (słownie ..... złotych) przekazem pocztowym na adres ..... / przelewem na rachunek bankowy nr .....

Własnoręczny podpis

## 2. Wzór oświadczenia o odstąpieniu od umowy o kredyt konsumencki

Miejscowość, Data

Imię i nazwisko  
Adres konsumenta

Nazwa i adres  
kredytodawcy/  
pożyczkodawcy

Oświadczam, że odstępuję od umowy kredytu / pożyczki numer ..... zawartej w dniu ..... Umowa została zawarta na zakup ..... od firmy .....

Własnoręczny podpis



## POTRZEBUJESZ POMOCY?

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI

Stowarzyszenie MANKO

☎ 12 429 37 28 ☑ 790 294 007

✉ [kontakt@manko.pl](mailto:kontakt@manko.pl)