

■“3·15 维权与服务大行动”之“深喉揭秘”

以“会”促“销”，保健品公司这样骗钱

□记者 赵玉杰 通讯员 李玮

随着生活水平的提高,不少老年人越来越注重保健,希望健康长寿。一些不法分子竟然借此打起老年人的主意,针对老年人召开各种“健康会”、“长寿会”、“保健会”,夸大其词向老年人推销各种保健品。昨日,一名姜姓男子拨打热线 66778866 说,他曾在我市一家保健品公司做会销代表,前不久刚从公司辞职,原因是公司的销售模式带有欺骗性,他的良心无法忍受。



绘图 李玉明

第一招:打电话谎称是“市老年协会的”

昨日 10 时许,小姜如约出现在记者面前。学医的他去年大学毕业后很快进入我市一家保健品公司,担任会议营销(以下简称会销)代表。上班第一天,公司的营销中心便发给他一份客户名单,上面清楚地标明了近两百名老年人的家庭住址和电话号码。

这些资料从何而来?面对小姜的疑问,经理只简单地表示“是从外面搜来的”。

小姜的工作是每天 9 时开始打电话联络客户。让他颇感奇怪的是,一些会销代表打电话时竟自称是“市老年协会的”,有的甚至说:“我们是市卫生局健康体检中心

的,要对全市的老年人做一次健康状况普查,明天您在家吗?”

营销中心经理告诉小姜:“如果你说自己是保健品公司的,人家就知道你是卖药的。你得说自己是市老年协会或市卫生局的。”一会销代表更直白地说:“反正我们就是忽悠,想方设法进门就行了。”

第二招:上门探查老人是否有钱

“能进门,就意味着有了销售机会。”小姜说,但不能一进门就说自己是营销人员,那同样会被拒绝。“第一次上门主要是了解客户的情况,要知道客户是否有钱,是否有保健意识及是否有病。第一次呆的时间不能太长,否则容易露出马脚”。

“上门推销”在行内被称为家

访,是为后来的会议营销做准备。对已买过药或曾经拜访过的老客户,只要与其聊天,沟通感情即可,例如询问其身体状况,并适时告诉客户公司推出了新产品。“只要嘴甜,哄得老人开心了,产品自然就容易推销了。”小姜说。

如果有客户对产品质量产生怀疑,保健品公司也有招数应

对。一次,小姜随经理上门拜访一老客户,不料客户十分生气地说,吃了该公司的“福达平”(宣称是阻击糖尿病的新特药)后,非但没有产生专家所说的特殊疗效,反而腿更胀,嘴更酸了。经理不慌不忙地笑答:“这是因为您吃的分量还不够,‘药品’还没有真正发挥作用。”

第三招:以听讲座的名义请老人参会

小姜说,拜访联络的目的都是请客户来参加销售会议,即所谓的听讲座,从而把保健品卖出去。

小姜进入公司后不久,就经历了一次推销“福达平”的销售

会。在销售会举办前一天,经理要求每名会销代表至少得请 6 名客户到场。

会销代表给客户打电话或送请柬,大多以“公司有礼品相赠”、

“公司提供免费体检”为诱饵,劝说客户到场。经理曾多次告诉小姜,“在电话中要对客户说一定要来,而不是尽量来,对客户要严一些,他们才会乖乖地来”。

第四招:“专家”讲课推销保健品

小姜说,销售会举办当天早晨,不到 7 时就开始布置会场,摆放产品与宣传资料,并在会场后方设立一个体检区,桌子上摆放着检测仪器等。

会议的重要环节是由“专家”作报告。一自称是国内医学界养生保健领域带头人的陈姓男子登场,

讲解了约半个小时的老年人保健知识,之后把话题转入“福达平”,声称该产品效果显著,并强调:“由外国进口材料制成的‘福达平’所剩不多,请抓紧购买……”

“在现场,您只要留心就会发现,一些老人很活跃,不断地向其他老人介绍推荐保健品。”小姜介绍说,为了

烘托会场气氛,会销代表将买过产品的老客户请到场,请他们以用过产品者的身份上台发言或向其他客户推销。当然,这些老客户并非义务出场,公司往往会给他们送很多赠品,有的还价值不菲。这样,通过几方的紧密合作,会议举行期间往往可以销售几千甚至上万元的保健产品。

工商部门将开展专项治理活动

据市工商局经济检查支队有关负责人介绍,根据国家有关规定,举办医药报告会、讲座,一要经有关部门批准;二不允许现场售药;三是严禁专家以科普讲座为名在宣讲过程中进行非法诊疗,推销食品、药品。然而不法药商受利益驱动,顶风作案,或夸大其词、误导消费,或虚假宣传、蒙骗消费者。

针对这一状况,该负责人表示,工商部门将开展专项治理活动,集中整治“变味儿”的医药讲座。该负责人提醒广大市民特别是老年人提高警惕,发现问题及时拨打工商部门 12315 举报电话。

热线 66778866 继续征集“深喉”——也就是那些洞悉某个行业

鲜为人知的坑害消费者的秘密、掌握侵害消费者行为的内幕消息的人。我们期待这些“深喉”勇敢地站出来揭开行业内幕,尤其要向侵犯消费者权益的行业潜规则“亮剑”,以警示广大消费者,净化市场环境,促进公平竞争。对每一位报名的“深喉”,我们都会秘密约见,妥善保护。

■“3·15 维权与服务大行动”之“案例曝光”

地滑浴客摔伤 浴池不能免责

□记者 邓德洪 通讯员 张锦

地面不防滑
浴客摔伤头

【关键词】意外伤害

【案例简述】

2009 年 11 月 5 日,老城工商分局 12315 申诉举报中心接到一起申诉,消费者李女士反映她在老城家乐浴池洗澡时,由于地面较滑又没有防滑设施,她摔了一跤,导致头部受伤,看病花去医药费 5000 多元,浴池负责人称自己没有责任。

经工商执法人员调查,李女士反映的情况基本属实,且现场发现经营者没有作出明确的警示。最终通过执法人员调解,双方达成协议,浴池赔偿李女士 3000 元。

【法律解读】

《消费者权益保护法》第七条规定:“消费者在购买、使用商品和接受服务时享有人身、财产安全不受损害的权利。消费者有权要求经营者提供的商品和服务,符合保障人身、财产安全的要求。”第十八条规定:“经营者应当保证其提供的商品或者服务符合保障人身、财产安全的要求。对可能危及人身、财产安全的商品和服务,应当向消费者作出真实的说明和明确的警示,并说明和标明正确使用商品或者接受服务的方法以及防止危害发生的方法。”

本案中经营者应对浴池地面采取有效的防滑措施,并尽到相应的警示义务。消费者到浴池洗澡时,应当提高自我保护意识。

换了承包人
不认前澡票

【关键词】借故免责

【案例简述】

2009 年 10 月,孟津县桂花宾馆现任承包人对前任承包人售出的洗澡票不予认可,拒绝持以前澡票的消费者洗澡,由此引起多名消费者投诉。由于该问题属于宾馆遗留问题,债权债务尚未划分清楚,当事人之间互相推诿扯皮。

尽管案情复杂,但孟津县工商执法人员没有放弃,多次与有关负责人协调,动之以情,晓之以理,终于调解成功,由桂花宾馆通过该县电视台通知持有以往洗澡票的消费者尽快在限期内将澡票使用完毕。据统计,此次调解共为消费者挽回经济损失约 5000 元。

【法律解读】

《消费者权益保护法》第二十四条规定:“经营者不得以格式合同、通知、声明、店堂告示等方式作出对消费者不公平、不合理的规定,或者减轻、免除其损害消费者合法权益应当承担的民事责任。”本案中孟津县桂花宾馆承包人的变更属于企业内部经营问题,不是企业法人变更,因此应当承担相应的民事责任。

■“3·15 维权与服务大行动”之“权威发布”

2009 年,产品质量投诉热点有哪些

□记者 邓德洪 通讯员 刘平原

【发布部门】
市质量技术监督局 12365 投诉举报中心

【基本情况】

2009 年,12365 投诉举报中心共受理消费者质量投诉 560 件,接受消费者咨询 2200 件,为消费者挽回经济损失 300 余万元。从全年投诉情况看,消费者质量投诉、咨询的热点主要集中在手机、服装鞋类、加油站、电动自行车、小型机械、家装建材等六个方面。

【热点问题】

1. 手机投诉居高不下。受理 156 件,约占投诉总量的 28%。主要问题是通话质量差、自动关机、按键失灵、待机时间短、“三包”履行难。

2. 服装、鞋类投诉是重点。受理 130 件,约占投诉总量的 23%。主要问题是服装开线、起球;鞋底断裂,鞋面破损、掉色,在“三包”期内修理、退换货难。

3. 加油站问题多。受理 99 件,约占投诉总量的 18%。主要问题是缺斤短两,以次充好,将低标号油按高标号油销售谋利。

4. 电动自行车问题不少。受理

80 件,占投诉总量的 14% 左右。主要问题是夸大电池容量,电池使用寿命短,以劣质电池冒充名牌电池等。

5. 家装建材质量问题突出。受理 70 件,占投诉总量的 12.5%。主要问题是人造板材质量差、甲醛含量超标,实木地板含水量超标、变形等。

6. 小型装载机、挖掘机投诉增多。受理 20 件,约占投诉总量的 3.6%。主要问题是“三包”落实难,维修质量没保障。

针对上述问题,市质量技术监督局提醒消费者尽量购买知名企业的产品。在购买产品之前,查看产品标志、使用说明书和“三包”规定,同时别忘了索要发票。产品维修要到指定的维修点,并按规定填写维修记录。若所购商品在使用中出现质量问题,应先跟销售者交涉,以求得到解决。如发生质量纠纷,消费者应及时到当地工商部门或质监部门投诉。

欢迎各职能部门通过热线 66778866 与我们取得联系,发布本部门与消费有关的最新报告或年度总结,充分满足消费者的知情权,使其在日常消费时做到心中有数。