

## O2 vyzýva na dodržiavanie férových praktík v oblasti nevyžiadaných marketingových hovorov

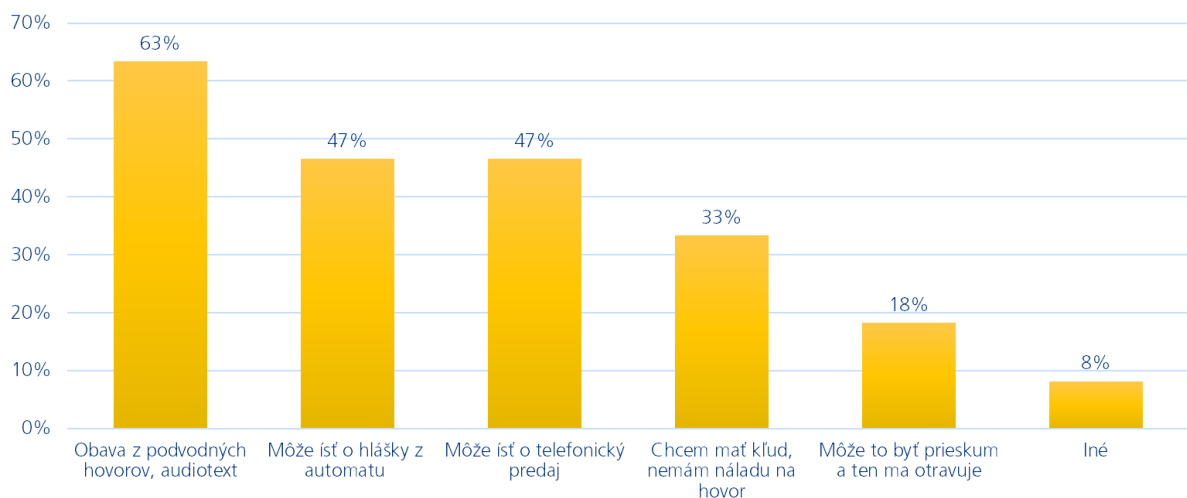
V Bratislave, 22. 4. 2021

O2 sa zasadzuje za transparentné a systematické riešenie témy priameho marketingu, medzi ktorý patria nevyžiadané telefonické hovory s cieľom marketingovej ponuky. Podľa prieskumu O2 z decembra minulého roka, zákazníkom telekomunikačných služieb prekážajú nevyžiadané telefonáty z neznámych čísel. Jeden z desiatich ľudí dokonca takéto hovory neprijíma a 44% ich prijme len občas, čo v čase protipandemických opatrení ako napríklad prípadného vyhľadávania úzkych kontaktov zo strany hygienikov je varovným znakom pokrivenia trhu. Aj preto O2 vykonalo kroky, ktoré pri všeobecnom prijatí môžu viesť k obnove dôvery ľudí, že im telefóny budú slúžiť len na spojenie s tými, s ktorými sa naozaj spojiť chcú.

### Nevyžiadané volania sú pre ľudí strašiakom

- Prieskum O2 ukázal, že viac ako 80% ľudí sa pri volaní z neznámeho čísla obáva, že ide o podvodné hovory, hovory z automatov alebo zvláštne hovory, kde sa nikto neozval.
- Až 65% ľudí si volania z neznámeho čísla spojí s telefonickým predajom tovarov, 41% s ponukou služieb bánk a poisťovní a 38% s operátorskou ponukou.
- Medzi najčastejšie dôvody neprijatia hovoru sú obavy z podvodných hovorov a audiotexu, hlások z automatov, či telefonický predaj (údaje znázornené v grafe).
- Až 10% ľudí volania z neznámych čísel kvôli takýmto obavám vôbec neprijíma.

### Dôvody nezdvíhania hovorov z neznámych čísel





## O2 podniká kroky v oblasti priameho marketingu

„Tému ochrany spotrebiteľa pred nevyžiadanými marketingovými hovormi otvárame a riešime komplexne už dlhší čas a plánujeme byť v nej naďalej aktívni. Preto vítame a plne podporujeme záujem Regulačného úradu o systematickejšie riešenie a svoj vstup do témy. Zároveň sme iniciátorom témy priameho marketingu aj na úrovni rezortu hospodárstva, či občianskych združení, ktorých sa agenda týka, s cieľom komplexnej ochrany spotrebiteľa, nielen v sektore telekomunikácií,“ uviedol generálny riaditeľ O2 Igor Tóth.

O2 tému priameho marketingu otvorilo aj v legislatívnej rovine, kedy začiatkom marca vznieslo pripomienky v medzirezortnom pripomienkovom konaní k Zákonu o elektronických komunikáciách, s cieľom urobiť praktiky na trhu transparentnejšími.

„Naším konkrétnym návrhom je vytvorenie samostatných predvolieb, ktoré by slúžili výlučne na účely priameho marketingu. Tým by sa dosiahla vyššia transparentnosť a možnosť spotrebiteľa už dopredu rozhodnúť, či chce takýto hovor prijať alebo odmietnuť. Sme radi, že pri tejto myšlienke máme zhodu aj s regulátorom. Jedným z našich návrhov je aj vytvorenie zoznamu telefónnych čísel, ktoré by za žiadnych okolností nemohli byť kontaktované za účelom priameho marketingu alebo naopak, tak ako je tomu v niektorých krajinách v rámci EÚ,“ dodal Igor Tóth.

O2 sa zároveň stotožňuje s postojom európskych inštitúcií, že ochrana súkromia a osobných údajov občanov musí byť nadradená záujmom predajcov. Všeobecnou snahou všetkých subjektov na trhu musí byť preto podpora transparentných nástrojov marketingu, ktoré podporujú férovú súťaž na trhu.

### Kroky O2 v téme ochrany spotrebiteľa

- Aktívne pripomienkujeme Zákon o elektronických komunikáciách, kde v oblasti osloovania zákazníkov žiadame a navrhujeme jasnejší a transparentnejší výklad ako aj vymožitelnosť práva pri neférových praktikách
- Navrhujeme na tieto volania zriadiť samostatnú predvoľbu, z ktorej bude spotrebiteľom hneď jasné za akým účelom sa chce s nimi niekto spojiť
- Diskutujeme o optimálnom stave so všetkými relevantnými stranami, napríklad aj s Úradom pre reguláciu elektronických komunikácií a poštových služieb, Ministerstvom hospodárstva SR, ako aj so združeniami zameranými na ochranu spotrebiteľov
- Pripravujeme vlastné aktivity, ktoré napomôžu minimalizovať takéto volania a tým prispejeme k zvýšeniu ochrany spotrebiteľov

### O2 ponúka riešenia pre zodpovedné firmy

O2 sa snaží v rámci svojich interných procesov zladit' už teraz s navrhovanými opatreniami, ktoré by „telemarketing“ alebo „telesales“, vo forme ako ho zákazníci poznajú, mohli regulovať na prijateľnú úroveň. Zároveň však treba poznamenať, že osamotenie na tejto ceste je behom na dlhú trať, ktorý je však O2 ochotné podstúpiť aj za cenu strát alebo prípadných nedokonalostí prevedenia v dôsledku nejasných pravidiel a procesov.

„Aj preto vítame okrúhly stôl operátorov pod dohľadom Regulačného úradu v rámci nášho sektora. Budeme však iniciovať ako zodpovedný operátor aj širšiu diskusiu, ktorá by sa týkala spotrebiteľa v celom spektre odvetví, teda nielen v sektore elektronických komunikácií, ale v mnohých iných, od predaja produktov dennej spotreby až po finančné služby,“ spresnil Igor Toth.

O2 predpokladá, že výzvu na väčšiu transparentnosť praktik telemarketingu a telesalesu a ich obmedzenie na prijateľnú úroveň pre spotrebiteľa podpora všetky zodpovedné firmy. „Takýto prístup napomôže v prvom rade znížiť obavu ľudí z volaní z neznámych čísel, ako aj obmedzí podozrivé



*a pochybné praktiky zamerané na spotrebiteľov, aby mohla byť prinavrátená dôvera v prichádzajúce hovory, čo je nielen v čase pandémie dôležité,“ dodáva generálny riaditeľ O2.*

Všetky tlačové správy nájdete na [www.spolocnost.o2.sk/tlacove-centrum/tlacove-spravy](http://www.spolocnost.o2.sk/tlacove-centrum/tlacove-spravy).

Informácie sú k dispozícii aj na [www.facebook.com/O2Slovakia](https://www.facebook.com/O2Slovakia) a [www.twitter.com/#!/o2\\_Slovakia](https://www.twitter.com/#!/o2_Slovakia).

TEREZA  
MOLNÁR

Head of Communications &  
Spokesperson  
O2 Slovakia  
tereza.molnar@o2.sk  
m +421 949 021 655

JÁN KALAFUT PR Manager  
O2 Slovakia  
jan.kalafut@o2.sk  
m +421 948 884 786

### **O spoločnosti O2 Slovakia, s.r.o.**

O2 je na Slovensku najrýchlejšie rastúcim mobilným operátorom. Od začiatku svojho pôsobenia, prináša revolučné riešenia, otvorenú komunikáciu a férovosť pre všetkých zákazníkov bez rozdielu. S jednoduchým portfóliom produktov systematicky mení pravidlá mobilnej komunikácie. Ako prvý priniesol na Slovensko skutočne neobmedzený program na volania a SMS, ako prvý uviedol komerčnú testovaciu prevádzku LTE siete, či ponúkol platby mobilom prostredníctvom NFC technológie. Operátor sa teší konštantne najvyššej zákazníckej spokojnosti spomedzi všetkých operátorov. Operátor bol v roku 2013, 2014 a 2015 tiež vyhlásený najlepším zamestnávateľom medzi veľkými spoločnosťami, v nezávislej ankete spoločnosti Aon Hewitt. Vysokú kvalitu poskytovaných služieb zohľadňuje aj získanie certifikátu QMS podľa normy ISO 9001.