

KOLIK STOJÁ "BAREVNÁ" VOLÁNÁ

Pondělí, 13 duben 2015

Český spotřebitelé neví, jak se liší zelené, modré a bílé linky. Většinou si ale myslí, že operátor by neměl volání na modré a bílé linky speciálně zpoplatňovat a vyčleňovat z volných minut. Vyplývá to z průzkumu dTestu, který zjišťoval, jaké zkušenosti mají spotřebitelé s barevnými linkami. Když telefonní linka začíná osmičíslicí, máme pocit, že je zadarmo. Chcete po telefonu reklamovat fakturu za plyn, ohlásit pojistnou událost nebo získat informace o produktech své banky? Pozor, zadarmo to nebude, bezplatné je pouze předčíslení 800!

Telefonní čísla, která začínají předčísly 81, 83, 84 nebo 85, tedy takzvané modré a bílé linky, jsou často mylně považována za bezplatná. Volání na ně je vskok mnohdy dražší než běžný hovor. Zákazníka čeká obvykle nepřijemné překvapení pohledu na fakturu za telefon, hovory se totiž většinou ani nezapočítávají volných minut. Přitom u modrých linek sdílíme náklady na hovor s tím, komu voláme, volání by tedy mělo být oproti jiným hovorům levnější. Ve skutečnosti však není. Bílé linky slouží jako takzvaná univerzální předstupová síť. Svůj smysl měla předvedením v době, kdy se rozlišovala místní a meziměstská volání. Zákazník volal na bílou linku odkudkoli za stejnou cenu. Dodnes zřejmě působí, protože lidé neradi volají na linky začínající předčísly regionu.

dTest prověřil ceníky operátorů, aby zjistil, jak jsou modré a bílé linky zpoplatněny. U každého operátora je to trochu jinak. Ceny se pohybují od 1,30 do 5,50 Kč/min za volání na modré linky a od 2 do 6,70 Kč/min za volání na bílé linky. Operátoři navíc tímto linkám nevěnují pozornost a najít informace v cenících je občas práce pro detektiva. Transparentnost je přitom jedním ze základních požadavků na spotřebitelské smlouvy. Občanský zákoník vyžaduje, aby dokumenty mimo hlavní text byly přehledné a neobsahovaly nepřehledná ustanovení. Reklamy často lákají na neomezená volání kamkoliv. Když pak operátor chce další desítky či stovky korun za hovory na modré a bílé linky, cítí se zákazník celkem oprávněně oklamán. Bílé a modré linky využívají také věstiční doručovatelé zásilek zařazení do průzkumu dTestu. Zvláště přímá předstupová síť, která uvádí, že dotazy na poštovní služby mají zákazníci směřovat na bílou linku. Na poštovní podmínky se ale mají dotazovat na zelené lince. Taková praxe má být matoucí. Mállokterý spotřebitel ví, kam se má správně obrátit. Přijemně naopak překvapily většinou obchodní společnosti, které ať na jednu výjimku pro zákazníky linku zdarma. Na druhou stranu, dohledat telefonní čísla na webových stránkách společnosti je obtížné. Do průzkumu jsme zařadili také 12 věstičních českých e-shopů. Ty dopadly hned, hned ty z nich, konkrétně Datart, Kasa, Ma Tchibo, používají pro kontakt se zákazníky modrou či bílou linku. Převzato z časopisu dTest