

TELEMARKKINOINNIN KÄYTÄNNESÄÄNNÖT

- Hyvä tapa puhelinmyynnissä

Nämä käytännesäännöt on valmisteltu Asiakkuusmarkkinointiliiton (ASML) toimesta laajassa yhteistyössä, jossa on ollut mukana eri toimialojen yrityksiä, yhteisöjä ja viranomaisia mm. Kuluttajavirasto ja Tietosuojavaltuutetun toimisto. Näitä sääntöjä on päivitetty viimeksi tammikuussa 2025.

1. SOVELTAMISALA

Tässä ohjeistuksessa on määritelty hyvä tapa puhelinmyynnissä. Tätä ohjeistusta sovelletaan myyjän soittaessa kuluttajalle sekä soveltuvin osin myös kuluttajan soittaessa myyjälle.

Puhelinmyyntiä koskee lisäksi erityisesti kuluttajansuojalaki, EU:n tietosuoja-asetus, laki sähköisen viestinnän palveluista ja eräät erityislait sekä viranomaisohjeet ja säännökset, jotka tulee ottaa huomioon puhelinmyynnissä. Erityisesti on syytä muistaa, että puhelinmyynti on kuluttajansuojalain 6 luvun tarkoittamaa etämyyntiä.

Tässä ohjeistuksessa on pyritty välttämään lakien sisällön toistamista. Lukuisat tämän ohjeistuksen kohdat konkretisoivat edellä mainittujen lakien säännöksiä käytännön tilanteissa. Asiakkuusmarkkinointiliiton jäsenyritykset ovat sitoutuneet noudattamaan näitä käytännesääntöjä.

2. ENNEN PUHELUA

TIETOSUOJA

Koko puhelinmyyntiin liittyvä henkilötietojen käsittely mukaan lukien alihankkijasuhdet ja – sopimukset on suunniteltava huolellisesti. Yrityksen tulee valita puhelinmyynnin kohderyhmä huolellisesti ja suunnitelmallisesti sekä valmistella toimenpiteen eri elementit kohderyhmän erityispiirteet huomioiden.

Henkilötietojen käsittelyn tulee olla huolellista ja tietoturvallista. Soittaminen numerolistoja arpomalla muodostaen tai muuten numeroita automaattisesti generoimalla ei ole sallittua. Kuluttajalle toteutettu puhelinkontakti tulee perustua aina todelliseen henkilötietoon. Kuluttajan puhelinnumero on henkilötieto. Yrityksen ja sen alihankkijan tulee kyetä kertomaan kuluttajan yhteystietojen osoitelähde kuluttajalle.

Yrityksen tulee huolehtia siitä, että sillä on riittävät raportointi- ja seurantajärjestelmät erityisryhmien kontaktoinnin laadun valvonnan ja seurannan toteuttamiseksi. Puheluiden taltiointi on osa hyvää laadunvalvontaa. On suositeltavaa, että puhelu taltioidaan todisteeksi liiketapahtumasta. ASML:lla on erillinen ohjeistus puheluiden taltioinnista.

SOITTOAJAT JA -MÄÄRÄT

Kuluttajalle saa soittaa maanantaista perjantaihin vain 9.00 – 20.30 välisenä aikana ja lauantaisin kello 10.00 – 18.00 välisenä aikana, ellei kuluttajan kanssa ole erikseen toisin sovittu.

Soittavan yrityksen puhelinnumeron tulee näkyä puhelun vastaanottajalle. Kuluttajalle tulee antaa riittävä aika vastata puheluun. Yrityksen tulee antaa vähintään 15 sekuntia aikaa tai 5 hälytysääntä puheluun vastaamiseen.

Yrityksen tulee pyrkiä siihen, ettei kuluttajalle soiteta samasta hyödykkeestä 2 kuukauden kuluessa edellisestä soitosta, ellei uusi soitto perustu kuluttajan tahdonilmaisuun.

PUHELINMYYNTIKIELLOT JA LUVAT

Yrityksen, jonka lukuun puhelinmyynti tapahtuu, on ylläpidettävä kieltorekisteriä niistä kuluttajista, jotka ovat antaneet yritykselle lakiin perustuvan markkinointikiellon. Viranomaislinjauksen mukaan kuluttaja voi antaa kiellon yritykselle vain jos hänen henkilötietojaan käsitellään yrityksessä markkinointitarkoituksessa.

Kuluttajan antama kiello tulee ottaa vastaan myös myyntipuhelun aikana. Kieltoja tulee noudattaa viivytyksettä. Kuluttajalle tulee olla tarjolla lainmukainen informaatio kielloista, rajoituksista ja osoitelähteestä.

Kielto-oikeuden toteutumisesta on huolehdittava huolellisesti myös ulkoistamistilanteissa.

Mikäli yritys on kysynyt erillisen luvan kuluttajalle soittamiseen, on luvan kysyminen tullut tapahtua yksilöidysti ja selkeästi. Yritykselle tulee jäädä tieto luvan alkuperästä. ASML:llä on erilliset käytäntösäännöt mobiililiittymien puhelinmyynnin erityissääntelyn edellyttämän kuluttajan pyynnön käytännön toteuttamisesta.

ASML ylläpitää toimialan itsesääntelypalveluna yleistä Puhelintarjonnan rajoituspalvelua kuluttajille (ns. Puhelin-Robinson). Robinson-palvelu tarjoaa kuluttajalle lain yrityskohtaista kielloa laajemman puhelintarjonnan rajoitusmahdollisuuden. Soitettaessa kuluttajalle yrityksen soittorekisterin puhdistamisesta Puhelintarjonnan rajoituspalvelua vasten pitää olla kulunut vähemmän kuin yksi kuukausi. Lähtökohta on, että kiellon tai rajoituksen antamisen jälkeen kuluttaja ei saisi yhtään soittoa.

Robinson-rajoitus ei estä olemassa olevan asiakassuhteen tai muun asiallisen yhteyden piiriin kiinteästi kuuluvan tarjonnan tai muun viestinnän hoitamista. Robinson-palvelun hyödyntäminen on osa hyvää liiketapaa puhelinmyynnissä. ASML:n jäsenyritykset ovat velvoitettuja käyttämään palvelua toiminnassaan. Sadat muutkin yritykset käyttävät palvelua.

SENIORIT JA MUUT ERITYISRYHMÄT

Kuluttajien ikätiedon kerääminen ja käsittely on järjestettävä siten, että yrityksellä on tarvittava, ajantasainen ja tarkka tieto eri tilanteissa käytettävissään.

Seniorit ovat lähtökohtaisesti puhelinasiointinnissa samassa asemassa kuin muutkin kohderyhmät. Samalla on kuitenkin noudatettava aivan erityistä huolellisuutta senioreihin kohdistuvien yhteydenottojen suunnittelussa ja toteutuksessa.

Yritys voi asettaa kuluttajan ikään tai muihin syihin perustuvia yritysکوhtaisia rajoituksia soittamiselle. Yrityksellä voi myös olla henkilötason merkintä asiakastiedoissaan, että kyseiselle asiakkaalle ei soiteta lainkaan tietuutyypisissä asioissa vaan käytetään muita asiointikanavia. Omaisilla on joskus perusteltu tarve hoitaa senioreiden puhelinasiointiin liittyviä toimia. Yrityksen tulee etukäteen suunnitella, miten erityyppisissä käytännön tilanteissa omaisten ja senioreiden yhteisen tahdon toteuttamista voidaan edistää.

Alaikäisille ei tule tehdä puhelinmyyntisoittoja ellei huoltaja ole antanut tähän erikseen nimenomaista lupaa.

Olennaista on asiakkaiden ja yrityksen myyntihenkilöiden antaman palautteen jatkuva seuranta ja tähän perustuva toiminnan muuttaminen. Yrityksen tulee ennen soittamista varmistaa, että käsiteltävään asiaan liittyvä perus-, lisä- ja tuki-informaatio on tehokkaasti kuluttajan, henkilökunnan ja alihankkijan saatavilla.

YHTEYDENOTTOON LIITTYVÄ AUTOMATISOINTI

Jos myyntipuhelu yrityksestä kuluttajalle toteutetaan etukäteen tehdyllä taltiolla, ns. robotilla tai muutoin ilman ihmispanosta, tulee tällaiseen myyntipuheluun olla sähköisen viestinnän tietosuojalain mukaan kuluttajan nimenomainen lupa.

Jos taas vain yrityksestä kuluttajalle toteutettavan myyntipuhelun numerovalinta on automatisoitua, mutta keskustelu tapahtuu henkilöiden vuorovaikutuksessa yrityksen edustajan ja kuluttajan välillä, ei nimenomaista lupaa tarvita. Ottaen huomioon että automatisoitujen soittojärjestelmien käyttö edellyttää kuluttajan ennakkosuostumusta, on yrityksen automaattista numeronvalintaa käytettäessä vältettävä tilanteet, joissa se ei voi välittömästi ottaa puhelua käsittelyyn, kun kuluttaja vastaa siihen. Tällaisten ns. hiljaisten puheluiden määrä ei saa ylittää lyhyelläkään aikavälillä 1-2 % soitettujen puheluiden kokonaismäärästä.

Jos kuluttaja kuitenkin saa ns. hiljaisen puhelun, hänelle voidaan tarjota informaatio poikkeustilanteesta eli ”soittotiedote” viimeistään 5-10 sekunnin kuluessa puheluun vastaamisesta. Lyhyen tiedotteen tulee sisältää informaatio siitä, että yrityksen henkilö pyrkii nopeasti ottamaan puhelun käsittelyyn. Tähän tiedoteviestiin ei tule sisällyttää lainkaan markkinointia.

Hiljaisissa puheluissa kuluttajan odotusaika ei saa ylittää 15 sekuntia. Jos odotusaika ylittyy, tulee puhelu lopettaa automaattisesti siten, että kuluttaja saa kohteliaan viestin puhelun päättymisestä.

Jos kuluttaja ns. hiljaisen puhelun seurauksena soittaa yritykseen takaisin tulee hänen a. puhelulleen pyrkiä järjestämään korkein prioriteetti puhelureitityksessä, tai b. teknisten mahdollisuuksien puitteissa järjestää automaattitiedote, josta ilmenee ainoastaan soittoyrietyksen tekijä ja tarkoitus.

Kuluttajan takaisinsoitosta ei saa kertyä normaalia puhelinmaksua enempää kustannuksia.

3. PUHELUN AIKANA

PUHELUN ALOITUS

Myyjän on kerrottava kuluttajalle heti puhelinkeskustelun alussa selkeästi nimensä ja soiton kaupallinen tarkoitus. Puhelun alussa yrityksen tulee riittävällä tavalla varmistua, että juuri tavoiteltu henkilö on puhelimesta.

SELKEÄÄ KIELTÄ

Yrityksen tulee välttää termejä, lyhenteitä ja muita ilmaisuja, jotka eivät ole yleisesti tunnettuja. Hyvä perussääntö on käyttää selkeää yleiskieltä. Asiaa ei pidä piilottaa erikoistermien taakse. Myyntihenkilön tulee koko ajan havainnoida keskustelun kulkua ja sisältöä. Erytistä huomiota tulee kiinnittää puhelun aikana saatavan tiedon huomioimiseen ja mahdollisten epäselvyyksien selvittämiseen.

MYYNTIPUHE

Markkinoinnin pääsisällön tulee aina olla itse tuotteessa.

Myyjä ei saa käyttää hyvän tavan vastaista, totuudenvastaisia eikä harhaanjohtavia menettelytapoja.

- Keskustelua ei tule aloittaa lahjalupauksilla, ilmaisilla tilaus- tai sopimusjaksoilla tai muilla vastaavilla tavoilla sillä tavoin, että kuluttajalle syntyy vaikutelma, että kyseessä ei ole lainkaan myyntipuhelu vaan ilmoitus saavutetusta tai ansaitusta edusta tms.
- Myyjä ei myöskään saa käyttää itse määrittelemiään tai muuntelemiaan hintoja, hinnoittelurakenteita tai muita kaupan ehtoja.
- Myyntipuhelua ei tule naamioda asiakaskyselyksi, tutkimussoitoksi tai muuksi vastaavaksi ei-kaupalliseksi yhteydenotoksi.

Tuotteen pääominaisuudet tulee kertoa selkeästi. Lähtökohtaisesti tulee kysymyksen varmistaa hyödykkeen sopivuus henkilölle. Monimutkaisen hyödykkeen osalta tämän voi tehdä kartoittamalla kysymyksen henkilön käyttötottumuksia tai muita seikkoja. Henkilön kanssa voidaan käydä läpi selkeä laskennallinen esimerkki sopimuksesta henkilölle aiheutuvista taloudellisista kustannuksista.

Jos kuluttaja ilmaisee haluavansa lopettaa puhelun, tulee kuluttajan tahtoa välittömästi kunnioittaa ja puhelu tulee kohteliaasti lopettaa.

ERITYISEHDOT

Edut, tarjoukset, kylkiäiset, arvonnat ja vastaavien elementtien ehdot ja rajoitukset tulee kertoa kuluttajalle mahdollisimman selkeästi. Olennaiset ja normaalista poikkeavat sopimusehdot tulisi kertoa erityisen selkeästi, esimerkiksi sopimuksen kestosopimusluonne ja siihen liittyvä edullisempi aloitusjakso tai muu vastaava seikka.

Erityisen selkeä ja informoiva tulee olla tilanteissa, joissa puhelimesta sovittu asia johtaa kuluttajan olemassa olevan sopimuksen tai palvelun irtisanomiseen tai muuttumiseen.

LOPPUYHTEENVETO

Puhelun lopussa tulee tehdä yhteenveto sovituista asioista. Loppuyhteenveto on olennainen osa laadukasta puhelinmyyntiä ja toimii kaikkien osapuolten eduksi kooten ja tiivistäen sovitut asiat.

Loppuyhteenvedossa tulee käydä keskustelun päätteeksi läpi kuluttajan kanssa esitetyn tarjouksen, tehdyn sopimuksen tai muun sovitun asian olennainen sisältö, jotta kuluttaja ymmärtää tekemänsä sopimuksen oikeudet ja velvoitteet ja muut sovitut asiat.

Loppuyhteenvetoon kuuluu esimerkiksi seuraavat osiot: mistä sovittiin, mitä tapahtuu jatkossa, milloin hyödyke toimitetaan tai palvelu alkaa jne. Tarvittaessa myös puhelun aikana voi tehdä välyhteenvedon sovituista asioista.

LOPPUYHTEENVEDOSSA TULEE OLLA SEURAAVAT PERUSELEMENTIT:

- Mitä on tilattu/sovittu
- Millä ehdoilla/rajoituksilla/eduilla
- Peruutusosoikeudesta tai sen puuttumisesta kertominen
- Mitä puhelun jälkeen tapahtuu – edellyttääkö jatko kuluttajalta jotain toimenpiteitä kuten jälkivahvistuksen tms.
- Kuluttajan yhteystietojen huolellinen varmistus ”Onko teillä vielä kysyttävää...?”

4. PUHELUN JÄLKEEN

Kuluttajalle ei missään tapauksessa tule lähettää hyödykettä tai sopimusta puhelun jälkeen ellei sopimusta ole selkeästi ja kiistatta tehty tai tarvittaessa saatu lainsäädännön edellyttämää jälkivahvistusta. Tällainen toiminta on lainvastaista.

Myyjä ei saa lähettää kuluttajalle ilman tämän tilausta muita kuin ilmaisia lahjoja, näytteitä tai vastaavia. Kuluttajalle lähetettävästä materiaalista tulee käydä tällöin selvästi ilmi, ettei hänen tarvitse maksaa mitään eikä hänellä ole velvollisuutta palauttaa lahjaa tai näytettä ja ettei hänen muutenkaan tarvitse reagoida lähetykseen.

5. VALVONTA

ASML ja sen telemarkkinointiryhmä valvoo jatkuvasti näiden käytäntöjen noudattamista. ASML seuraa kokonaistilannetta myös eri viranomaisilta saatavan tiedon ja yhteistyöjärjestelyiden avulla. Ensisijainen tavoite on selvittää ja saattaa asia kuntoon pikaisesti osapuolten kesken.

ASML:lla on oikeus antaa yritykselle kirjallinen huomautus käytäntöjen rikkomisesta, informoida viranomaisia ja julkistaa asia. Osapuolia on kuultava asiassa. Jos näiden käytäntöjen vastainen toiminta on jatkuvaa, asia saatetaan ASML:n hallituksen käsiteltäväksi. Jos hallitus havaitsee jäsenyrityksen rikkoneen käytäntöjä olennaisesti ja toimineen selkeästi säännöistä piittaamatta, hallitus voi erottaa jäsenen ASML:n sääntöjen mukaisesti tai ryhtyä muihin tarkoituksenmukaisiin toimenpiteisiin. Hallituksen tulee kuulla kyseistä yritystä asiassa ja antaa kohtuullinen määräaika toiminnan muuttamiseksi sääntöjen mukaiseksi.

www.asml.fi