

21 Νοεμβρίου 2021

## **Black Friday - Cyber Monday: Τι να προσέξουν οι καταναλωτές**

[Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός](#) / [Οικονομία & εξ-οικονομώ](#)



Οι συστάσεις από τον Συνήγορο του Καταναλωτή και το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή Ε.λλάδας.



Τα εκπτωτικά γεγονότα της φετινής Black Friday και, πολύ περισσότερο, της Cyber Monday, που ακολουθεί αμέσως μετά, αναμένονται ότι εν μέσω πανδημίας θα εκτινάξουν και πάλι τις ηλεκτρονικές αγορές των καταναλωτών.

Για την καλύτερη ενημέρωση και προετοιμασία τους, αλλά και για την καλύτερη

δυνατή αξιοποίηση των ευκαιριών που προσφέρει αυτή η «γιορτή του εμπορίου και της αγοράς», ο Συνήγορος του Καταναλωτή και το Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή Ελλάδα συστήνουν στους καταναλωτές τα ακόλουθα:

1. Να προσέχουν κατά την ηλεκτρονική εγγραφή τους σε ενημερωτικά δελτία (newsletters), με τα οποία καλούνται να δηλώσουν έγκαιρα τις προτιμήσεις τους σε συγκεκριμένα προϊόντα και να ενημερωθούν, έτσι, νωρίτερα για τις εκπτώσεις που θα γίνουν σε αυτά. Ιδίως, να είναι επιφυλακτικοί με τις προσωπικές πληροφορίες που χορηγούν μέσω αυτών των newsletters, δεδομένου ότι αποτελούν, στην ουσία, μορφή ηλεκτρονικού μάρκετινγκ και χρησιμοποιούνται κατά κόρον από τους προμηθευτές για τη δημιουργία προσωποποιημένων προφίλ πελατών και για τη διενέργεια εξατομικευμένων προωθητικών ενεργειών που τους ακολουθούν παντού κατά την πλοήγησή τους στο διαδίκτυο.

2. Να διαχωρίζουν τις αληθινές από τις εικονικές προσφορές, κάνοντας δική τους έρευνα αγοράς αρκετό διάστημα πριν για τα προϊόντα που τους ενδιαφέρουν, σε συνδυασμό και με τη χρήση ειδικών εργαλείων που διατίθενται από ηλεκτρονικές πλατφόρμες σύγκρισης προϊόντων και πραγματοποίησης αγορών, τα οποία αναπαριστούν τη διαχρονική διακύμανση των τιμών.

3. Κατά την τοποθέτηση των παραγγελιών τους, να δίνουν ιδιαίτερη έμφαση και σημασία, εκτός από την τιμή, και σε άλλες κρίσιμες πληροφορίες που σχετίζονται με την ταχύτητα παράδοσης των προϊόντων τους και συγκεκριμένα: (α) στη διαθεσιμότητα, λαμβάνοντας ιδίως υπόψη εμπόδια και περιορισμούς που, σε διεθνές επίπεδο, επηρεάζουν την παραγωγή και διακίνηση των αγαθών, καθώς και (β) στον αναμενόμενο χρόνο αποστολής των προϊόντων μέσω των ταχυδρομικών παρόχων. Στόχος είναι οι καταναλωτές να μη βιώνουν αργότερα δυσαρέσκεια και απογοήτευση από τυχόν υπερβολικούς ή/και απροσδιόριστους χρόνους αναμονής.

4. Να αποφεύγουν την αγορά προϊόντων, ακόμα κι αν πωλούνται σε ιδιαίτερα συμφέρουσες τιμές, από ηλεκτρονικά καταστήματα που διαθέτουν αμφίβολης νομιμότητας ιστοσελίδες (πχ δεν περιλαμβάνουν πλήρη στοιχεία έδρας και επικοινωνίας, περιέχουν “νεκρές” συνδέσεις [links] ή συνδέσεις σε όρους χρήσης ή πολιτικής προστασίας απορρήτου με ασυνάρτητο παρεχόμενο, διοχετεύουν την επικοινωνία με τους καταναλωτές αποκλειστικά μέσω social media εφαρμογών, όπως viber, messenger, κ.λπ.).

**Πηγή:** [ant1news.gr](http://ant1news.gr)