

Jak reklamują się firmy windykacyjne?

13 maja 2018

Uwaga na chwytlive reklamy! Firma windykacyjna wynagrodzi cię za ratałną spłatę długu, czyli dławczego NIE należy podpisywać ugód. Polski rynek wierzytelności rośnie z roku na rok.

Pod koniec 2016 roku łączna kwota zaległych długów wyniosła – 53,69 mld złotych. Wierzyciele, głównie banki, firmy pożyczkowe w tym chwilówki, na coraz większą skalę sprzedają wierzytelności przekazując je firmom windykacyjnym.

O WINDYKACJI PRZEDAWNIEIU ROSZCZEŃ I SPRAWACH SĄDOWYCH

Firmy windykacyjne wkrótce będą musiały zmierzyć się także z planami Ministerstwa Finansów, które zakładają skrócenie podstawowego okresu przedawnienia roszczeń z 10 do 6 lat. Odbija się to również na sądach, które od dłuższego czasu zasypywane są dziesiątkami tysięcy nowych powództw. Warto wiedzieć, że do samego sądu elektronicznego wpływa rocznie kilka milionów pozwów!

Widać, że jest to ucieczka przed nowymi przepisami. Od pierwszych sygnałów w mediach, związanych ze skróceniem okresu przedawnienia i zmianą formuły na uwzględnianie tej okoliczności z urzędu, sądy odczuwają zwiększony wpływ pozwów. Niektóre firmy celem potwierdzenia długu (często nieistniejącego, spłaconego, przedawnionego) wychodzą do klientów z opcją podpisania ugody.

CZYM JEST MARKETING WINDYKACYJNY I JAK DZIAŁA NA POTENCJALNYCH DŁUŻNIKÓW?

Strategią dobrego marketingowca jest zmiana nastawienia klienta do firmy windykacyjnej. Następnie. Precyzyjne i szybkie dotarcie do dłużnika w efekcie spłatę zobowiązania i

szybki. Jak oni to robią? Ludzka psychika pozytywnie reaguje na hasła firm windykacyjnych: oddłużamy, wygodna spłata w ratach, pozbądź się długów, itp., aby dłużnik sam wykazał chęć spłaty zobowiązania, wykorzystując do tego odpowiednie narzędzia.

Reklamy internetowe, telewizyjne oraz w social media („Facebook”, „Instagram”, „Twitter”) mają na celu przeprowadzenie dłużnika przez cały proces spłaty długu – od wzbudzenia w nim chęci samodzielnej spłaty zobowiązania, kontakt z firmą windykacyjną, przez podjęcie decyzji o podpisaniu ugody, aż do spłaty zadłużenia.

CORAZ WIĘCEJ WYSYŁANYCH NAKAZÓW ZAPŁATY

Aby zdążyć przed nowymi regulacjami, firmy wypchają do sądów jak najwięcej spraw dotyczących starych długów. Każda podpisana ugoda z firmą windykacyjną wiąże się z akceptacją długu. Dlaczego firmy indykacyjne tak chętnie „oddłużają”?

Ministerstwo Sprawiedliwości ogłosiło swoje pomysły w lutym 2017 r. o liczbie już wydanych nakazów zapłaty. Już w pierwszej połowie ub.r. sądy wydały o 0,5 mln więcej nakazów niż rok wcześniej (wzrost o 53 proc.) w sprawach cywilnych. W sprawach gospodarczych liczba wydanych nakazów wzrosła o 75 tys. (wzrost o 42 proc.). Jeśli porównamy dane za cały 2016 i 2017 r., widać wzrost o 726 tys. (34 proc.) w sprawach cywilnych i o 140 tys. (42 proc.) w sprawach gospodarczych. Oczywiście nie wszystkie nakazy zapłaty dotyczą roszczeń przedawnionych, naturalna jednak wydaje się korelacja zmian w prawie oraz przekazywania roszczeń na etap sądowy.

KAMPANIE INTERNETOWE I TELEWIZYJNE – UGODA, UGODA, UGODA, ZYSK, ZYSK, ZYSK

Dlaczego marketing windykacyjny? Część dłużników ma świadomość długu, lecz ma również świadomość częstej nieuczciwości firm windykacyjnych, sposobów działania windykatorów, ich praw i obowiązków. Większość spraw prowadzonych przez fundusze

inwestycyjne, firmy windykacyjne, nie ma poparcia w odpowiednich dokumentach, umowach i przepisach prawnych. Wielu klientów skarży nakazy zapłaty wydawane przez sądy w odpowiedzi wnosząc sprzeciwy lub zarzuty od nakazu zapłaty.

Zgłosiła się do nas Pani Agnieszka, która doszła do porozumienia z windykatorem terenowym pewnej firmy pożyczkowej z Bielska-Białej. Pani Agnieszka spłacała do windykatora po 300 zł miesięcznie łącznie oddając firmie 6600 zł, i jak jej się wydawało spłacając cały dług. Firma jednak i tak skierowała sprawę do sądu, żądając... 6222,33 zł. Sąd wstrzymał nakaz zapłaty – powołując się na szczególną sytuację dłużniczki oraz oczekiwanie na uzupełnienie dokumentów przez firmę. Jest to jedna z kilkuset historii jakie do nas trafiają i przekonują nie tylko nas, o nieuczciwych praktykach windykatorów.

Marketingowcy z każdej strony próbują ocieplić wizerunek firmy windykacyjnej. W internecie kreują firmę na wyjątkowo przyjazną, przyjemną oraz zawsze chętną do ugody. Już wiemy dlaczego. Reklamy telewizyjne pokazują wywiady z zadowolonymi dłużnikami, którym udało się „oddłużyć”, dzięki zabiegowi rozłożenia długu na raty (sic!). Jak na podstawie nieistniejących lub niepełnych dokumentów mamy spłacać przedawnione, spłacone i sztucznie stworzone długi.

JAKIE MAM PRAWA JAKO DŁUŻNIK? DLACZEGO WARTO ZASTANOWIĆ SIĘ DWA RAZY PRZED PODPISANIEM UGODY Z WINDYKATOREM?

Przekaz firmy windykacyjnej ma na celu wzbudzenie w dłużniku chęci spłaty zadłużenia i stanowi jedynie część procesu. Kolejnym krokiem jest szybkie dostarczenie dokumentów celem podpisania ugody, która jest korzystna jednostronnie.

Nie musisz godzić się na warunki windykatora i windykacji – w zasadzie często najlepszym rozwiązaniem jest doprowadzenie spraw na etap sądowy. Wiele popularnych firm windykacyjnych, aby temu zapobiec wysyła do dłużnika propozycje ugodowe.

Dłużnik przyparty do ściany kilkunastoma telefonami dziennie, często z różnych numerów telefonu, mailami, SMS-ami o wizycie windykatorów w domu lub zakładzie pracy decyduje się często na niekorzystne rozwiązania.

DLACZEGO REKLAMA WINDYKACJI W TELEWIZJI I INTERNECIE?

Bo z reguły pierwotni wierzyciele nie dochodzą wierzytelności przedawnionych, tylko sprzedają je firmom windykacyjnym, wrzucając stratę w koszty. Firmy, które kupiły je za ułamek wartości mogą mieć zatem problem.

Autorstwo: Kredyty-Conectum

Źródło: NEon24.pl