

Proszę firmę HP, aby więcej do mnie nie dzwoniła

7 czerwca 2013

Marketing bezpośredni bywa irytujący i wszyscy jesteśmy jego ofiarami: wieczna makulatura w skrzynce pocztowej, spam z reklamami, telefony od banków i loterii oraz handlowcy chodzący od drzwi do drzwi. Dziś spotkał mnie zaszczyt ze strony firmy HP. Jej przedstawiciel zadzwonił do firmy, z którą współpracuję, i zdobył mój prywatny numer telefonu, a następnie zadzwonił do mnie.

Od kilku tygodni wiedziałem, że namierza mnie jakiś handlowiec. Wielokrotnie dzwonił do biura, pytając o moje nazwisko, numer telefonu oraz o to, czy pracuję na miejscu, czy może jestem informatykiem „dochodzącym”. Odmawiano mu podania informacji na mój temat, aż za którymś razem trafił na pracownika, który się wygadał.

Przez kilka dni dzwoniło do mnie z warszawskiego numeru stacjonarnego. Specjalnie nie odbierałem, bo wiedziałem, co się święci. W internecie można sprawdzić numer dzwoniący i przeczytać opinie potwierdzające, że jest to marketing.

Dziś rano telefon zadzwonił ponownie i postanowiłem odebrać. Rozmowa wyglądała mniej więcej tak:

- Czy rozmawiam z panem Sławomirem Wilk?
- Tak, słucham.
- Nazywam się [imię nazwisko] i dzwonię w imieniu firmy HP, chciałbym zadać panu kilka pytań.
- Ale chwileczkę, czy dzwoni pan do mnie, żeby złożyć jakąś ofertę? Bo jeśli tak, to od razu mówię, że nie jestem nią zainteresowany.

- Nie dzwonię w sprawie oferty.
- To w jakiej sprawie?
- Chcę panu zadać kilka pytań.
- Ale jakich pytań? Czy może mi pan w jednym zdaniu powiedzieć, w jakim celu do mnie dzwoni?
- W celu przeprowadzenia z panem rozmowy.

Trwało to dłuższą chwilę. Rozmówca w końcu zdradził, że dzwoni, ponieważ wie, że posiadamy biurową drukarkę HP i chce mi przekazać informacje, które „będą przydatne, gdy zechcemy w przyszłości kupić nowe drukarki”. Czyli klasyczna oferta ubrana w oszukańcze „zadawanie pytań”. Po pewnym czasie handlowiec się poddał, podziękował i rozłączył.

Do marketingu bezpośredniego jestem przyzwyczajony. Stosują go wszyscy. Praktyki HP są bulwersujące z innego powodu. Firma tworzy bazę danych osobowych informatyków pracujących w polskich firmach. Dzwoni i wypytuje innych współpracowników o nazwisko, formę zatrudnienia i prywatny numer telefonu informatyka. Dzwoni do skutku, aż ktoś te informacje poda. W podobny sposób działają działy windykacyjne, które do skutku obdzwaniania otoczenie.

Nigdy nie dawałem HP zgody na operowanie moimi danymi, a okazuje się, że firma wie o mnie bardzo dużo. Na dzień dobry dowiedziałem się, że zna moje imię, nazwisko, adres miejsca pracy, nazwę miasta oraz prywatny numer telefonu. Mając te dane, bez problemu można znaleźć w internecie mój adres e-mail i numer gg. Do kompletu brakuje tylko ulicy i numeru domu.

Będąc informatykiem, odbywam wiele tego typu rozmów. Dzwonią dystrybutorzy urządzeń biurowych, komputerów, oprogramowania i usług. Pytają o ilość i modele posiadanych drukarek oraz średnią miesięczną liczbę wydruków. Ktoś inny pyta, jakie posiadamy programy antywirusowe, na ilu komputerach są

zainstalowane i kiedy wygasa ich licencja. Jeszcze ktoś inny prosi o podanie kwoty, jaką rocznie wydajemy na zakup tonerów, najlepiej prosto z księgowości. Jest to działanie policzone na naiwność rozmówcy, który zdradzi obcej osobie informacje, które niekoniecznie powinny opuszczać siedzibę firmy. W ten sposób zdobyte dane służą do profilowania kolejnych ofert, nakręcając spiralę marketingowego natręctwa. Każdą tego typu rozmowę należy ucinać.

Skąd wiem, że dzwonił przedstawiciel HP, a nie ktoś podszywający się pod tę firmę? Rozmówca znał model profesjonalnej drukarki, którą posiadamy w biurze, a która w ubiegłym roku uległa awarii, co zresztą opisałem w tekście [„Zdobyłem sprawność serwisanta drukarek HP”](#). Przypomnę, że i wtedy HP mnie namierzało, ponieważ procedura naprawy gwarancyjnej w tej firmie wygląda w ten sposób, że pierwszą diagnostykę wykonuje informatyk będący na miejscu. Wyręczając serwisanta, przeprowadzałem testy diagnostyczne, drukowałem strony z raportami, skanowałem je i wysyłałem na adres mailowy serwisu. Proszono mnie nawet o rozkręcenie drukarki i sprawdzenie kilku rzeczy. Najwidoczniej firma HP ma w zwyczaju wykorzystywanie cudzych pracowników. Tak jak wtedy pracowałem za darmo jako serwisant, tak teraz firma HP chciała wykorzystać mnie do celów handlowych, nie płacąc mi za to ani grosza.

Sprawę pozyskania oraz przetwarzania danych osobowych bez mojej zgody zgłaszam do GIODO i to samo polecam osobom, które znalazły się w podobnej sytuacji. A firmę HP proszę, aby więcej do mnie nie dzwoniła.

Autor: Sławomir Wilk

Źródło: [Dziennik Internautów](#)