

电话中称“积分权益被转让”到店后却遭遇诱骗办卡

健身房推销“套路”让消费者闹心



威尔士健身房南丰城店。

青年报记者 常鑫 摄

接到健身房的推销电话,许多人习惯直接无视,但如果对方告诉你,你的“积分”或者“权益”被盗了呢?因为一通陌生来电,市民张先生被指引至威尔士健身房南丰城店追回“积分权益”,对方声称该权益是老用户升级新卡时可享受的优惠。然而,办完卡之后张先生却得知会员卡不存在积分一说。

青年报记者 钟雷



周培骏 绘

到店高价升级会员卡后才知 积分不存在

早在一年多前,张先生曾在威尔士长江国际店办过一张全国普通门店通用的钻石会员卡。据他回忆,今年3月中旬,一位自称威尔士销售人员的陌生人打来电话,称其有价值5000元的积分权益被转让,如果不是本人操作,有可能遇到了权益被盗的情况。“电话里他说要去总部附近的门店才能处理,然后我收到一个陌生号码发来的短信,让我去南丰城店处理。”

“店员问我有没有把积分转给别人,我说没有,他说可以帮我找回权益,或者作为补偿送我spa体验卡。”张先生称,门店店员表示所谓的积分权益,指的是威尔士被收购后,老客户在升级新的会员卡时可以享受5000元的优惠。

张先生还表示,店员随后给他“科普”了升级会员卡的必要性。“说是原来的卡只能用于现有的威尔士门店,未来新开的门店用不了。还说,以后门店升级之后,现在的会员卡只能在

普通区用,VIP用户专用区去不了,有些设备用不了。”为了方便未来健身,他随后在店员的推荐下花费33800多元续了15年的威尔士“宇宙卡”。然而不久之后,张先生在网上发现,除了他之外还有不少会员接到过告知“积分权益被盗”的电话,这让他起了疑。

张先生称,其随后拨打威尔士官方客服电话核实,客服人员告知会员卡不存在积分。客服人员同时透露,未来新开的门店中也会包括普通门店,并非只开“W门店”,此外,原来的普通门店也并非全部会升级为“W门店”。

张先生认为,威尔士南丰城店的销售人员编造了“权益被盗”的由头,吸引自己前往门店,并称不办新卡未来无法在新门店使用以及在老门店使用受限,误导客户办卡。“你推销我办卡可以,但你不能用骗的方式让我去办卡。”张先生表示,他曾试图与威尔士南丰城店协商退款,但店方一度坚持需按照合同扣除30%的手续费。

究竟是谁致电宣称“权益被盗” 至今仍成谜

张先生接到的陌生电话究竟是谁打来的呢?记者随后联系上了威尔士南丰城店的一位杨姓负责人。杨女士称,会员的会员卡不存在权益或者积分被盗用的情况。她表示,张先生接到的电话并非该店员工所打,可能是其他门店的销售人员打电话告知消费者“积分被盗”,并误导其至南丰城店办理,“南丰城店只是一家门店,并不代表总部,我们这边肯定没打过这种电话。”

而关于销售人员是否曾告知张先生“如果会员卡不升级未来新开的门店都不能使用”这一问题,杨女士回应称:“如果会员不清楚,我们建议会员打总部的客服电话,会详细说明的情况。”杨女士称,门店对销售人员有对应的管理部门,不会纵容违规销售行为,“毕竟牵涉到门店形象。”

究竟是谁告知张先生“权益被盗”,目前张先生和门店仍各执一词。张先生坚称接到自称威尔士的销售打来的电话去了门店才有了之后发生的事情。威尔士官方客服热线的一名工作人员告知记者,威尔士的会员卡不存在积分。“没有积分,也不存在积分被盗的情况。如果有会员接到类似这样的电话,建议他不必理会。”同时,对方表示目前公司旗下包括南丰城店在内的普通门店均暂无升级成“W门店”的计划,“只有新开的门店有‘W系列’。”另一位客服人员表示,如果发现销售人员有类似行为,会第一时间反馈至门店,对销售人员进行处理。“门店也有自己的销售经理,会对销售人员进行管控。”

而在记者联系南丰城店后不久,张先生告知记者,店方已主动联系他协商退款事宜,并同意免手续费全额退款。

【业内人士】 重业绩轻规则的行业“潜规则”

“连哄带骗”把顾客引上门,再推销办卡,这是个例还是“行规”?一名业内人士告诉记者,健身房通常内设运营部门和销售部门,前者负责对销售部门进行规则的把控,后者则主攻业绩。“很多健身房都有这个矛盾,销售为了更多的业绩违反规则,甚至欺骗消费者,运营部门即便尽全力去把控规则,也往往不够。销售也在尽全力玩花招,像猫捉老鼠一样。”他指出,健身房的销售团队和运营团队相对独立,且销售团队的流动性较大,因此不排除有一些销售团队为了业绩“不择手段”拉客办卡。

“今天可能是这家店出问题,明天可能换一家店,但是出问题的销售可能是同一批。”他指出,这并非某一个品牌健身房的问题,而是在整个行业中存在已久的问题。据他透露,目

前连锁健身房行业中,重销售的氛围日渐浓烈,“比方说一个教练很专业,服务很好,客户满意度100分,但是他就是做不出业绩。另外一个教练什么都比他差,甚至根本不专业没有证,他每个月能卖出二三十万元的私教课,那他就是更强,这个是行业里公认的。”而到了更加注重业绩的会籍销售人员这环,该现象愈发凸显。

不过这并非意味着健身房管理方在出现类似纠纷时可以“全身而退”,该业内人士指出,对于类似的行为,健身房有监管义务,但往往监管不力。“尤其是在门店缺乏业绩的时候,运营部门可能就会‘手软’一点,睁一只眼闭一只眼。”在他看来,如果运营部门的管控力度下降,那么此消彼长,使销售团队中的乱象更加猖獗。

【维权律师】 虚构事实诱导签订合同涉嫌违法

对于张先生的遭遇,有健身爱好者认为,健身房门店如果真的捏造理由吸引顾客上门并在此基础上推销办卡,则带有欺骗性质。如果打电话的销售人员真的并非门店销售,那其中可能还涉及客户个人信息泄露的隐患。

对此,上海正策律师事务所律师周铭认为,根据消费者权益保护法以及合同法的相关规定,如经营者或其员工通过虚构事实的方式诱导消费者消费或签订合同的,以及经营者或其工作人员泄露其经营过程中所收集消费者信息的,均属于违法行为。

周铭认为,经营者应以诚信为先,合法依规管理好企业和员工,无论哪种营销方式,都要依法进行,如果以欺诈或诱骗的消费者方式,或损害消费者合法权益的方式进行,消费

者可通过合法途径维护自己权益。“如果相关部门收到同一企业多宗同一类型的欺诈投诉,并查证属实的,可曝光企业行为,或要求该企业作出解释或要求其道歉、整改,以便维护消费者合法权益。”

周铭建议,如消费者合法权益受到侵害,可以向消费者协会或向市场监督管理部门投诉,或基于民事欺诈提起诉讼。如涉及以非法占有为目的,在签订、履行合同过程中,骗取对方当事人财物,数额较大的,则可能构成合同诈骗罪。

“健身市场一直竞争比较激烈,侵害消费者权益现象时有发生,建议健身行业协会或消费者协议根据客户投诉以及评价建立黑名单制度。”他表示,这样既可以引导企业合理竞争,也能为消费者提供选择参照。

【小贴士】

消费前看清条款

付款后索要凭证

一旦遇到纠纷,消费者应如何维权呢?市消保委建议消费者,在购买健身预付卡时,做到以下四点:

一、务必签订书面合同,仔细阅读相关义务和责任条款。

二、切勿冲动消费,适量充值、及时消费。

三、及时索要消费凭证并妥善保管。

四、合法权益受损后,及时维权。