



Direct Selling Sweden

Kan man lita på en direktsäljare?



All försäljning bygger på ett förtroende mellan säljare och kund. Detta gäller i ovanligt hög grad vid direkthandel, där den presumtive köparen till och med släpper in säljaren i sitt eget hem. Om säljaren förvaltar detta förtroende väl kan resultatet bli positivt för båda parter. Att handla i lugn och ro hemma har många fördelar. Men tyvärr förekommer det också att säljare som arbetar med direkthandel utnyttjar kundernas svagheter och uppträder på ett oetiskt sätt. Detta är naturligtvis ett stort problem för alla seriösa direkthandelsföretag och för hela branschens trovärdighet. Vi reder ut vad som är tillåtet och inte när en säljare möter en kund i kundens hem.

Exempel på oetisk försäljning

– Daga och Supervac

Detta är ett fiktivt exempel på hur det kan gå till när

ett direkthandelsföretag och dess säljare uppträder oetiskt.

Daga är 81 år gammal och lever ensam i sin lägenhet med hemtjänst varje dag. Ett slaganfall för några år sedan har satt ned hennes tal- och rörelseförmåga och hon har bland annat dålig rörlighet i höger hand. En eftermiddag ringer det på hennes dörr. När hon öppnar står där en säljare som undrar om hon är nöjd med sitt TV-abonnemang? Eftersom hon inte tittar så mycket på TV själv har hon ingen åsikt, men hennes talproblem gör det svårt för henne att tacka nej till säljaren. Han är trevlig, välklädd och övertygande och innan Daga vet ordet av är han över hennes tröskel. Säljaren pratar mycket och övertygande om sitt erbjudande och tar sig inte tid att lyssna på Daga, trots hennes uppenbara problem att uttrycka sig. Hon upplever situationen som obehaglig och förvirrande och när avtalet ligger på bordet är hon beredd att

skriva på bara för att bli av med säljaren. Säljaren "hjälp" Daga att skriva på genom att hålla och styra hennes svaga högerhand. Namnteckningen blir inte stort mer än ett streck, men säljaren är nöjd. Han går sin väg utan att lämna information om Dagas rätt att ångra beställningen av abonnemanget.

Tre veckor senare hittar Dagas dotter en kopia av avtalet. Hon kontaktar företaget, som inte vill kännas vid några oegentligheter utan hänvisar till det påskrivna avtalet. När dottern hotat med att gå till media är de dock villiga att låta köpet gå tillbaka.

Säljarens ansvar

Daga i exemplet ovan har råkat ut för en oseriös säljare som inte följt varken Sveriges rikes lag eller Direct Sellings etiska regler.

Direktsäljarens uppträdande regleras först och främst av en rad lagar och förordningar, men säljare som arbetar för företag som är anslutna till Direct Selling Sweden måste dessutom följa de stränga etiska reglerna som satts upp för medlemsföretagen och deras säljare. De etiska reglerna är fastställda i samråd med Konsumentverket och ger en lång rad anvisningar för hur mötet med kunden ska gå till, exempelvis:

- Direktsäljaren ska omedelbart legitimera sig, presentera sitt företag och syftet med besöket.
- Direktsäljaren får inte använda vilseledande, otillbörliga, bedrägliga eller illojala säljmetoder.
- Direktsäljaren ska söka bilda sig en uppfattning om kundens behov och allmänkunskaper.
- Direktsäljaren får inte utnyttja konsumentens ålder, sjukdom, oförmåga att förstå eller språkliga brister.
- Företag och direktsäljare ska se till att varje köpekontrakt innehåller, vare sig detta är ett lagligt krav eller inte, en ångerrättsparagraf, som ger kunden rätt att frånträda avtalet inom en specificerad tidsram.
- Direktsäljaren ansvarar för att kunden rätt förstått avtalsinnehållet.

Ribban är medvetet högt lagd och i många fall går de etiska reglerna längre än lagstiftningen.

Läs mer om hur mötet med kund ska gå till enligt föreningens [etiska regler](#) (bil.1, kap. 2)

Företagets ansvar

Det är naturligtvis den enskilde direktsäljaren som möter kunden, men det betyder inte att företaget kan frånsäga sig ansvar. Företaget måste alltid hålla direktsäljarens löften så länge de är till kundens fördel. Medlemsföretaget ansvarar också för att direktsäljare med rätt bakgrund rekryteras och får en relevant träning och utbildning, bl a när det gäller branschens [etiska regler](#).

"Företag ska tillse att till direktsäljare utses personer som är kända för god vandel och kan förväntas uppträda på ett korrekt sätt."

"Företag ska kräva av sina direktsäljare [...] att följa Direct Selling Swedens etiska regler eller regler som överensstämmer med dessa."

"Företag ska till ledning för sina direktsäljare upprätta klara anvisningar för hur de ska bedriva sin verksamhet. [...] I anvisningarna ska Direct Selling Swedens etiska regler intas [...]."

Företag som inte följer de etiska reglerna kan uteslutas ur föreningen.

Direct Selling Sweden vägrar regelbundet företag med för låg etisk nivå medlemskap i föreningen.

Vad är Direct Selling Sweden?

Direct Selling Sweden är branschorganisationen för företag som arbetar med direkthandel, dvs försäljning som initieras vid personliga möten utanför traditionella försäljningsställen. Föreningen har ett 25-tal medlemsföretag som tillsammans omsätter drygt 2 miljarder kronor i Sverige.

Företagen arbetar med många olika typer av produkter, som t ex hälsokost, kosmetik, hushållsartiklar, böcker, rengöringsprodukter och telefoni. Föreningens huvuduppgifter är att bevaka medlemmarnas intressen och skydda konsumenten, att verka för god affärssed och att utveckla branschen. Direct Selling Sweden är remissorgan vid lagstiftning som påverkar direkthandeln. Man bedriver också upplysningsverksamhet gentemot Konsumentverket och andra myndigheter, samt informerar branschen om kommande lagstiftning. Direct Selling Sweden är medlem i SELDIA, the European Direct Selling Association, och i WFDSA (World Federation of Direct Selling Associations). Genom sitt medlemskap i SELDIA har Direct Selling Sweden möjlighet att påverka lagstiftningsarbetet på EU-nivå.



Telefon: 040-29 43 70

E-post: info@directsellingsweden.se

Facebook: facebook.com/directsellingsweden

Instagram: instagram.com/directsellingsweden

Adress:

Direct Selling Sweden

Kärleksgatan 2 A

211 45 Malmö

——— www.directsellingsweden.se ———