

ACM waarschuwt voor risico's van social commerce

23-11-2017 09:27



De Autoriteit Consument & Markt (ACM) is de campagne 'Bestel niet zomaar iets via social media' gestart. Consumenten laten zich volgens de toezichthouder vaak verleiden tot impuls aankopen, waarbij ze honderden euro's betalen aan bedrijven die ze niet kennen.

Voorals via Facebook en Instagram wordt steeds meer gekocht via koopknoppen. Veel aanbiedingen worden daar via gerichte advertenties aangeboden, maar die zijn later moeilijk terug te vinden. Verkopers kunnen daardoor eenvoudig anoniem blijven, stelt de ACM. Bij problemen met de betaling of levering is het daardoor moeilijk de verkoper te bereiken.

Verder blijkt volgens de toezichthouder dat bedrijven die via social media verkopen consumenten vaak niet alle informatie geven over een product, zoals informatie over retourrecht en verzendkosten. De campagne is vooral gericht op vijftien- tot 25-jarigen, die actiever zijn op social media en gevoeliger voor impuls aankopen. Doel is hen ertoe aan te zetten eerst te checken wie er achter een aanbieding zit en of die partijen betrouwbaar zijn.