

# SWEDMA

## **Etiska regler för försäljning och marknadsföring över telefon till konsument**

**2017-01-01**

*Detta dokument ersätter tidigare etiska regler och gäller från 1 januari 2017*

## Innehåll

### Inledning

1. Termer och definitioner
2. Inför Påringningen
3. Vid Påringning
  - 3.1 Identifiering
  - 3.2 Begränsningar i tid och antal Påringningar
  - 3.3 Tysta samtal
4. Under pågående Samtal
  1. Villkor för Samtalets genomförande
  2. Vid köp
  3. Inspelning av Samtal
  4. Bevisning
5. Åtgärder efter genomfört Samtal
6. Ansvar

Bilaga 1, Exempel på automatiskt svarsmeddelande vid motringning

Bilaga 2, Samtalsmanus vid träffande av avtal per telefon

Bilaga 3, Lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler

Bilaga 4, Policy avseende hantering av personuppgifter samt genomförande av integritetsanalys

Bilaga 5, Rekommendation avseende hur länge personuppgifter får sparas i samband med försäljning och marknadsföring över telefon till konsument

## **Inledning**

Dessa riktlinjer avseende god sed vid försäljning och marknadsföring över telefon till Konsumenter har tagits fram av Kontakta (Föreningen Kontakta Sverige) och SWEDMA (Swedish Direct Marketing Association).

De etiska reglerna ska tillämpas av Kontaktas samt SWEDMA:s medlemmar och ska anses utgöra god sed vid all typ av försäljning och marknadsföring över telefon till konsumenter i Sverige (Marknadsföringslagen § 5 och § 6). De etiska reglerna gäller också i tillämpliga delar vid penninginsamling, kläd- och annan lösöreinsamling, försäljning av varor och tjänster, och insamling med gåvobevis för humanitärt, välgörande, kulturellt eller annat allmännyttigt ändamål via telefon.

## **1. Termer och definitioner**

### **1.1 Agent**

Den som genomför dialogen med Konsumenten eller Kunden för Uppdragstagarens räkning.

### **1.2 Konsument eller Kund**

En fysisk person som handlar huvudsakligen för ändamål som faller utanför näringsverksamhet.

### **1.3 Kundkontaktcenter (KCC)**

Den som genomför en Påringning.

### **1.4 Marknadsföring**

Reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen av och tillgången till Produkter inbegripet en näringsidkares handlande, underlåtenhet eller någon annan åtgärd eller beteende i övrigt före, under eller efter försäljning eller leverans av Produkter till Konsumenter eller näringsidkare.

### **1.5 Produkter**

Varor, tjänster, fast egendom, arbetstillfällen och andra nyttigheter.

### **1.6 Påringning**

Ett försök till eller genomförande av telefonkontakt, inkluderat de försök till telefonkontakt som resulterar i upptagetton.

### **1.7 Samtal**

Påringning som resulterar i uppkopplat samtal där kontakt med Konsument sker.

### **1.8 Tyst samtal**

Det tillfälle när det inte finns någon Agent att tala med då Konsumenten eller Kunden svarar under Påringning.

### **1.9 Uppdrag**

Ett projekt eller en kampanj som är begränsad i tid och omfattning.

### **1.10 Uppdragsgivare**

Den som ger ett uppdrag till Kundkontaktcentret att genomföra försäljning eller marknadsföring per telefon.

## **2. Inför Påringningen**

Telefonsamtal i försäljnings- eller marknadsföringssyfte är inte tillåtet till telefonnummer som är registrerade i spärregistret NIX-Telefon eller om en Konsument direkt till Uppdragsgivaren och/eller Uppdragstagaren tydligt motsatt sig att bli kontaktad i försäljnings- eller marknadsföringssyfte.

För fullständig information om NIX-Telefons regler och dess undantag, se:  
[www.nixtelefon.org/nix-telefons-regler/](http://www.nixtelefon.org/nix-telefons-regler/).

## **3. Vid Påringning**

### **3.1 Identifiering**

Vid Påringning ska den uppringde kunna avläsa från vilket nummer Samtalet kommer. Det ska gå att ringa tillbaka till det uppringande Kundkontaktcentrets telefonnummer för att få besked om vem som har sökt Konsumenten och i vilket ärende Påringning har skett, så kallad motringning. Vid motringning ska ett automatiskt svarsmeddelande läsas upp som anger namn på det Kundkontaktcenter som genomfört Påringningen samt på vilket sätt Kundkontaktcentret kan nås, se exempel i Bilaga 1. Det ska alltid tydligt framgå på Kundkontaktcentrets webbsida hur Konsumenter kommer i kontakt med Kundkontaktcentret via e-post och bemannad telefon under kontorstid.

Vid Uppdrag där antalet Påringningar totalt för Uppdraget överstiger 1 000 samtal ska numret som avläses vara unikt. Detta innebär att information ska ges om vem Uppdragsgivaren är.

Skulle det påringande Kundkontaktcentrets nummer inte kunna avläsas och Konsumenten måste begära spårning av samtalet för att ta reda på vem som initierat Påringningen, ska det påringande Kundkontaktcentret, om så begärs, ersätta Konsumenten för utgifterna för spårningen.

### **3.2 Begränsningar i tid och antal Påringningar**

Under ett kalenderdygn får en och samma Kundkontaktcenter till samma telefonnummer genomföra max tre Påringningar inom samma Uppdrag med minst fyra timmar mellan varje Påringning. Vid Påringning ska minst sex telefonsignaler gå fram innan Påringningen upphör eller avslutas.

Det totala antalet Påringningar inom samma Uppdrag får ej överstiga 20 stycken under en period av 30 dagar.

Påringning får inte ske måndag till fredag mellan klockan 21.00 och 08.00 eller lördagar och söndagar mellan klockan 18.00 och 10.00. Påringning får inte heller ske under julafton, påskafton eller midsommarafton.

Det totala antalet Genomförda samtal avseende ett identiskt erbjudande till en Konsument/Kund får inte överstiga två per år.

### **3.3 Tysta samtal**

Vid Påringning får Kundkontaktcentret inte använda sig av samtalsfördröjningar i sin systemteknik eller så kallad "pingning" för att till exempel identifiera telefonsvarare. Påringning till Konsument ska ombesörjas av Agent om inte annat har överenskommits i förväg. När ett Tyst samtal upptäcks av Kundkontaktcentret ska Kundkontaktcentret genomföra Påringningen på nytt med den Agent som närmast blir ledig för ett Samtal. Uppringningen ska, oaktat vad som anges i punkten 3.1, ske i ett 1:1-förhållande, det vill säga där Samtalet dedikerats till en avsedd Agent. Agenten ska kunna informera Konsumenten om att Samtalet har föregåtts av ett Tyst samtal.

## **4. Under pågående Samtal**

### **4.1 Villkor för Samtalets genomförande**

Agenten ska alltid på ett otvetydigt sätt informera den uppringde om:

- Sitt namn.
- Namnet på Uppdragsgivaren som han eller hon representerar och
- Agentens relation till Uppdragsgivaren.
- Syftet med Samtalet.

Agenten ska alltid på ett otvetydigt sätt även kunna informera om:

- Namnet på Kundkontaktcentret han eller hon är anställd av.
- Adresskällan, alltså var adressuttaget som den uppringdes telefonnummer ingår i kommer ifrån.
- De övergripande reglerna för NIX-Telefon samt hur Konsumenten går tillväga för att anmäla sig till spärregistret.

Agenten ska alltid informera sig om huruvida den uppringde kan genomföra Samtalet och alltid respektera den uppringdes önskan om att avsluta Samtalet när så uttrycks av Konsumenten.

Den Agent som genomför Samtalet ska alltid agera ärligt, lyhört och ha förståelse för Konsumentens bemötande. Agenten ska även ha övergripande kunskap om NIX-Telefons etiska regler.

#### **4.2 Vid köp**

Vid köp ska Agenten:

- Alltid verifiera att Konsumenten är införstådd med vad köpet innebär.
- Alltid säkerställa att all information som är relevant vid köpet noteras.
- Läs upp en orderbekräftelse tydligt och i lugn takt för Konsumenten.
- I orderbekräftelsen sammanfatta köpet och de övergripande köpevillkor som gäller.
- Förvissa sig om att Konsumenten är införstådd med gällande köpevillkor.
- Lämna information om att Konsumenten kommer att få en bekräftelse av avtalet och inom vilken tid bekräftelsen är konsumenten tillhanda.
- Stämma av med Konsumenten om denne önskar göra något tillägg utöver den av Agenten lämnade sammanfattningen.

Om Lag om distansavtal och avtal utanför affärslokaler är tillämplig ska Agenten under Samtalet med Konsumenten särskilt lämna information om ångerrätten och de eventuella kostnader som kan vara förenad med ångerrätten m.m. i enlighet med vad som anges i Lag om distansavtal och avtal utanför affärslokaler och även i övrigt vad som anges i Bilaga 2 och den sammanställning som finns i Bilaga 3.

#### **4.3 Inspelning av Samtal**

Den del av Samtalet som innehåller överenskommelsen om träffat avtal kan spelas in och då med beaktande av vid var tid gällande personuppgiftslagstiftning, föreskrifter och riktlinjer som har meddelats med stöd av vid var tid gällande personuppgiftslagstiftning, övrig tillämplig lagstiftning, dessa etiska regler samt Kontaktas policy för inspelning av samtal. Av Bilaga 2 framgår krav för de delar ett samtalsmanus ska innehålla och vad som måste framgå och bekräftas av Kunden.

#### **4.4 Bevisning**

Generellt gäller att den part som påstår att avtal ingåtts har att bevisa detta. När det gäller avtal mellan näringsidkare och en Konsument finns därutöver vissa bevislättnader för Konsument. Detta innebär i praktiken att det i normala fall är upp till Uppdragsgivaren att vidta åtgärder som gör det möjligt att i efterhand visa såväl att avtal har träffats som innehållet i avtalet. Vid en eventuell tvist avseende vad som har diskuterats under Samtalet ligger bevisbördan därmed normalt hos Uppdragsgivaren.

#### **5. Åtgärder efter genomfört Samtal**

Uppdragsgivaren, eller Kundkontaktcentret för Uppdragsgivarens räkning, ska till Konsumenten skicka en bekräftelse på avtalet och dess innehåll inom fem arbetsdagar.

Det är Kundkontaktcentrets skyldighet att endast spara sådan information om Konsumenten som är relevant för att säkerställa att uppföljning av träffat avtal kan göras. Information som inte är relevant för detta ändamål ska raderas eller avidentifieras i enlighet med vid var tid gällande personuppgiftslagstiftning, dessa etiska regler samt de avtal som anges i punkt 6 nedan.

#### **6. Ansvar**

Såväl Uppdragsgivaren som Kundkontaktcentret har ansvar för efterlevnad av lagar och etiska regler. Uppdragsgivaren och Kundkontaktcentret ska reglera respektive parts ansvar i avtal (såväl med varandra som ansvaret i relation till andra parter) som ska säkerställa efterlevnad av till exempel Marknadsföringslagen, Lag om distansavtal och avtal utanför affärslokaler, vid var tid gällande personuppgiftslagstiftning, föreskrifter och riktlinjer som har meddelats med stöd av vid var tid gällande personuppgiftslagstiftning, övrig tillämplig lagstiftning, dessa etiska regler, NIX-Telefons regler samt andra tillämpliga etiska regler.

Såväl Uppdragsgivaren som Kundkontaktcentret ska även verka för att såväl Uppdragsgivaren som Kundkontaktcentret därutöver ska ha en policy som i vart fall innehåller den information som framgår av Bilaga 4 och att både Uppdragsgivaren och Kundkontaktcentret årligen bör genomföra en integritetsanalys i enlighet med Bilaga 4.

Bilagor till detta dokument:

BILAGA 1, Exempel på automatiskt svarsmeddelande vid motringning

BILAGA 2, Samtalsmanus vid träffande av avtal per telefon

BILAGA 3, Lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler

BILAGA 4, Policy avseende hantering av personuppgifter samt genomförande av integritetsanalys

Stockholm 2017-01-01

---

Tina Wahlroth  
vd, Kontakta

---

Tore Thallaug  
vd, SWEDMA

Övriga organisationer som beslutat tillämpa dessa etiska regler:

Telekområdgivarna ([www.telekomradgivarna.se](http://www.telekomradgivarna.se))



## **BILAGA 1, Exempel på automatiskt svarsmeddelande vid motringning**

Hej och välkommen till [Kundkontaktcentret],

Vi har sökt dig i ett ärende åt [Uppdragsgivare]. Då du inte har varit anträffbar vid denna tidpunkt kommer vi att försöka att nå dig igen vid ett annat tillfälle.

Observera att vi endast ringer personer som inte är registrerade hos NIX-Telefon eller till de som samtyckt att bli uppringda. Om du trots att du är registrerad i NIX-Telefon har blivit uppringd, beror detta på att du redan är kund eller har varit kund hos [Uppdragsgivaren] de senaste 12 månaderna.

Om du vill komma i kontakt med [Uppdragsgivaren] ber vi dig e-posta till [e-postadress]. Vill du komma i kontakt med oss ber vi dig e-posta till [e-postadress]. Du kan även skicka brev till oss på adressen: [Företag, Adress, Postnummer, Ort].

[Kundkontaktcentret] är medlem i Föreningen Kontakta Sverige. Kontakta är en organisation som arbetar för trygg samt kvalitativ försäljning och marknadsföring via telefon. Vill du veta mer om Kontakta, besök webbsidan [www.kontakta.se](http://www.kontakta.se).

alternativt

[Kundkontaktcentret] är medlem i SWEDMA. SWEDMA är en organisation som arbetar bland annat för trygg och kvalitativ telefonförsäljning. Vill du veta mer om SWEDMA, besök webbsidan [www.swedma.se](http://www.swedma.se).

Tack för ditt samtal!

## **BILAGA 2, Samtalsmanus vid träffande av avtal per telefon**

Följande är krav för de delar ett samtalsmanus ska innehålla och vad som måste framgå och bekräftas av Kunden.

### **Vid inspelning av träffande av avtal per telefon:**

I det fall Kundkontaktcentret avser spela in det muntliga avtalet ska Konsumenten tillfrågas om samtycke innan inspelning startar genom att ställa frågan:

I syfte att styrka att avtal har träffats och avtalets innehåll, kommer vi att spela in resterande del av Samtalet. Samtycker du till det? ..... invänta svar.

### **Inspelning startas och följande delar ska muntliga avtal per telefon i vart fall omfatta:**

Du har samtyckt till att detta Samtal nu spelas in i syfte att styrka att avtal träffats samt styrka vad vi kommit överens om, stämmer det?.....invänta svar.

Idag den (dag-månad-år) har vi kommit överens om att du vill ingå avtal om....

Presentation av avtalad vara/tjänst inklusive priser och villkor.

Är detta ok? .....invänta svar

Hur är ditt för- och efternamn?.....invänta svar

---

Om Lag om distansavtal och avtal utanför affärslokaler är tillämplig:

Jag vill informera dig om att du som Konsument enligt lag har rätt att frånträda avtalet – en ångerrätt i 14 dagar - från det att du mottagit bekräftelsen alternativt varan/tjänsten.

#### **ALTERNATIV 1 (VARA):**

För att utnyttja din ångerrätt måste du lämna eller sända ett meddelande om detta inom 14 dagar från den dag då du får varan i din besittning.

#### **ALTERNATIV 2 (TJÄNST):**

För att utnyttja din ångerrätt måste du lämna eller sända ett meddelande om detta inom 14 dagar från idag eftersom avtalet har ingåtts idag.

Du utövar ångerrätten genom att skicka meddelandet till [ange kontaktuppgifter] och det finns ett standardformulär för utövande av ångerrätten som du kan använda. Du kan ta del av standardformuläret genom att [Ange hur Konsumenten kan ta del av standardformuläret].

Du kommer även att inom fem arbetsdagar få en bekräftelse på avtalet och dess innehåll. Bekräftelsen kommer att lämnas senast när varan levereras eller tjänsten börjar utföras.

---

Önskar du göra något tillägg utöver vad som har sagts nu?

Då vill jag tacka för att du väljer XX (företagets namn) och mitt namn är .....(för och efternamn)

### **BILAGA 3, Lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler**

Om Lag om distansavtal och avtal utanför affärslokaler är tillämplig ska Kundkontaktcentret även lämna den information som i enlighet med lagen om distansavtal och avtal utanför affärslokaler ska lämnas vilket bland annat innebär att under Samtalet till Konsumenten lämna information avseende:

1. Konsumentens rätt att frånträda avtalet och under vilka förutsättningar detta kan ske;
2. Hur Konsumenten ska agera för att utnyttja ångerrätten;
3. De eventuella kostnader som Konsumenten kan vara skyldig att själv betala vid utnyttjande av ångerrätten; och
4. Upplysningar som gör att Konsumenten enkelt ska kunna identifiera och kontakta Kundkontaktcentret och om Kundkontaktcentret agerar för en Uppdragsgivares räkning, ska Uppdragsgivarens motsvarande uppgifter också anges så att Konsumenten enkelt ska kunna identifiera och kontakta såväl Uppdragsgivaren som Kundkontaktcentret.

## **BILAGA 4, Policy avseende hantering av personuppgifter samt genomförande av integritetsanalys**

Såväl Uppdragsgivaren som Kundkontaktcentret ska ha en policy (integritetspolicy) där det bland annat bör framgå;

1. Redogörelse av med vilket stöd som personuppgifterna hanteras;
2. Vem som är ansvarig för personuppgiftsbehandlingen;
3. Syftet med personuppgiftsbehandlingen;
4. Hur personuppgifter kommer att hanteras av organisationen;
5. Hur länge personuppgifterna lagras (gallring och radering);
6. Om möjligheten att lämna klagomål till Datainspektionen om den registrerade anser att dennes personuppgifter har hanterats felaktigt;
7. Hur en person ska gå till väga för att ansöka om ett registerutdrag hos organisationen;
8. Hur en registrerad ska gå till väga för att begära rättelse hos organisationen av sådana personuppgifter som inte har behandlats i enlighet med reglerna i personuppgiftslagen eller föreskrifter som har meddelats med stöd av personuppgiftslagen; och
9. Vilka säkerhetsåtgärder som vidtas med anledning av hanteringen av personuppgifter.

Såväl Uppdragsgivaren som Kundkontaktcentret ska lämna information på sin hemsida, eller på annat sätt göra information lätt tillgänglig för Konsumenter, vari information avseende Uppdragsgivarens respektive Kundkontaktcentrets hantering av Konsumenters personuppgifter ska framgå. Den information som lämnas ska vara kortfattad, lättbegriplig och utformad med ett tydligt och enkelt språk.

Därutöver bör Uppdragsgivaren respektive Kundkontaktcentret årligen genomföra en integritetsanalys i syfte att förbättra sitt kvalitetsarbete avseende hantering av Konsumenters personuppgifter.

## **REKOMMENDATION AVSEENDE HUR LÄNGE PERSONUPPGIFTER FÅR SPARAS I SAMBAND MED FÖRSÄLJNING OCH MARKNADSFÖRING ÖVER TELEFON TILL KONSUMENT**

Föreningen NIX-Telefon tillsammans med organisationerna SWEDMA och Kontakta rekommenderar att de personuppgifter som behövs för att uppfylla kraven enligt god marknadsföringssed i samband med telefonförsäljning får sparas upp till sex månader efter genomfört samtal. Därefter ska de raderas.

### *Rättsliga regleringar*

Enligt artikel 5 (1) e i Dataskyddsförordningen<sup>1</sup> får personuppgifter inte sparas under en längre tid än vad som är nödvändigt för de ändamål för vilka personuppgifterna behandlas. En annan grundläggande princip i Dataskyddsförordningen är att behandlingen ska vara laglig.

Enligt 5 § marknadsföringslagen (som implementerar direktivet om otillbörliga affärsmetoder<sup>2</sup>) så ska all marknadsföring följa god marknadsföringssed. Det följer bland annat av god marknadsföringssed att det efter genomfört samtal vid telefonförsäljning ska kunna kontrolleras huruvida samtalet följt gällande regelverk. Det kan t.ex. röra sig om huruvida telefonnumret varit anmält till NIX-Telefon, om det förelegat ett existerande kundförhållande eller vad som sades under samtalet. Den tid för detta som följer av god marknadsföringssed är tre till sex månader.

För att säkerställa att marknadsföringen följer marknadsföringslagen är det således nödvändigt att personuppgifterna sparas en tid efter genomfört samtal. Det ryms också inom ändamålet marknadsföring – de sparas uteslutande för att andra rättsliga förpliktelser kopplade till ändamålet ska kunna uppfyllas. Därvid uppfylls även den grundläggande principen att behandlingen fullt ut ska vara laglig. Då dessa rättsliga förpliktelser stammar från annan EU-rättslig sekundärlagstiftning bör det heller inte uppstå konflikt mellan nationell rätt och EU-rätt.

Personuppgifterna får under tiden de sparas inte behandlas för något annat ändamål. De ska förvaras på ett betryggande sätt i enlighet med kraven i Dataskyddsförordningen.

Stockholm den 23 maj 2018

Föreningen NIX-Telefon

SWEDMA

Kontakta

---

<sup>1</sup> Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2016/679 av den 27 april 2016 om skydd för fysiska personer med avseende på behandling av personuppgifter m.m.

<sup>2</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv 2005/29/EG av den 11 maj 2005 om otillbörliga affärsmetoder m.m.

## Kontaktinformation

Om du har frågor kring dessa etiska regler, kontakta:

SWEDMA som är bransch- och intresseorganisationen för de företag och organisationer som arbetar med direkt eller interaktiv marknadsföring.

SWEDMA

Box 22500

104 22 Stockholm

tel + 46 8 53 48 02 60

mail [info@swedma.se](mailto:info@swedma.se)

[www.swedma.se](http://www.swedma.se)

Alternativt

Föreningen Kontakta Sverige, bransch- och intresseförening för företag som arbetar med kundservice och försäljning via telefon.

Kontakta

Box 1029

171 21 Solna

Tel + 46 8 669 77 77

Mail [info@kontakta.se](mailto:info@kontakta.se)

[www.kontakta.se](http://www.kontakta.se)