

## **Nekalé praktiky on-line predaja a ich detekcia**

### **Unfair practices of on-line shopping and their detection**

*Andrej Trnka, Fakulta masmediálnej komunikácie, UCM v Trnave*

**Abstract:** The article deals on fraud practices of Pay per Click (PPC) advertising. We focused on regional PPC in Slovak Republic. The most of PPC advertising is redirect to the fraud web pages, which are focus to the "health". The main goal of these web pages is to sell doubtful pills or medicaments. The problem is that these medicaments are not registered in Slovak Republic. The companies, who provide these fraud web pages, use fraud social network's profiles, stolen photos, unknown names of experts, etc. This article shows the way, how to prevent the fraud of unfair companies that use PPC advertising. The customer is fooled by fake's pictures and slogans. Fraudulent web pages or e-shops show more signs of fraud. On the first view, they look like perfect designed web pages. They use blog themes or they look like journals or magazine. Customer should be clever and before ordering they should check signs of fraud. The ways how to fool the customers are unfair practices of marketing.

The fraudulent e-shops offer merchandise or services that promise huge muscles in one month, rapidly fat loss, high sexual potency, antidote against the obesity, penis enlargement and many others.

**Key words:** PPC, fraud

**Abstrakt:** Článok sa venuje problematike zneužívania zákazníkov na podvodnú PPC reklamu na Slovensku. Veľké množstvo PPC reklamy je presmerovaných na podvodné webové stránky, ktoré sú zamerané na „zdravie“. Hlavným poslaním takýchto stránok je predaj pochybných liekov alebo prípravkov. Problémom takýchto prípravkov je to, že nie sú registrované na Slovensku. Spoločnosti, ktoré prevádzkujú takéto webové stránky alebo e-shopy používajú na oklamanie zákazníka falošné profily na sociálnych sieťach, ukradnuté fotografie, vymyslené mená expertov, atď. Článok sa snaží naznačiť spôsob ako predísť podvodu neférových spoločností, ktoré využívajú PPC reklamu. Zákazník je zmätený falošnými obrázkami a sloganmi. Podvodné web stránky alebo e-shopy vykazujú viaceré

znaky podvodu. Na prvý pohľad však vyzerajú ako profesionálne vytvorené web stránky. Tvária sa ako blogy alebo magazíny. Zákazník by mal byť prezieravý a pre kúpou by mal overiť viaceré znaky podvodu. Podvodné e-shopy ponúkajú tovary alebo služby, ktoré sľubujú enormný rast svalov za mesiac, rapídne zníženie tuku, veľkú sexuálnu potenciu, protijed proti obezite, zväčšenie penisu, zvládnutie cudzích rečí, rýchly rast vypadaných vlasov a podobné nezmysly.

**Kľúčové slová:** PPC, podvod

## 1. PPC reklama

PPC (Pay Per Click) znamená "platiť za klik". Zadávatelia reklamy platia iba vtedy, keď niekto na reklamu klikne. Neplatí sa za počet zobrazení reklamy. Pomocou PPC reklamy je možné vytvoriť okamžitú návštevnosť stránky a nie je potrebné čakať, kedy stránka zaujme vyššie pozície vo vyhľadávačoch. Výhodou PPC reklamy je relevantnosť. Táto reklama sa zobrazuje iba tým zákazníkom, ktorí sa zaujímajú a vyhľadávajú podobné produkty, aké ponúka napr. konkrétny e-shop. (1)

Medzi ďalšie výhody PPC reklamy môžeme zaradiť hlavne: (2), (3)

- vysoká účinnosť,
- merateľnosť výsledkov,
- rýchle spustenie kampane,
- flexibilita,
- geografická blízkosť,
- ovplyvnenie pozície.

Medzi nevýhody PPC reklamy môžeme zaradiť:

- nutnosť obmedziť tzv. preklikávačov,
- zložitosť niektorých kampaní. (3)

Z pohľadu zákazníka je však veľkým nebezpečenstvom možnosť podvodu zadávateľov PPC reklamy, ktorí deklarujú „zázraky na počkanie a nemožné do 14 dní“.

## 2. Detekcia podvodu v PPC reklame

Na slovenskom internete nastal boom obrázkovo-textových PPC reklám. Kvôli právnej ochrane nebudeme uvádzať konkrétne názvy serverov, ktoré poskytujú PPC reklamu a nebudeme tiež uvádzať názvy web stránok, ktoré pochybný tovar ponúkajú. Takáto PPC reklama je okrem obrázka doplnená aj výstižným textovým sloganom. Spojenie niekedy až veľmi nebezpečné. Nie však každá PPC reklama smeruje k podvodu. Je však veľmi ťažko špecifikovať poskytovateľov PPC reklamy, ak poskytujú aj pravdivú, ale aj podvodnú PPC reklamu. Podvodnú PPC reklamu môžeme spoznať už na prvý pohľad. Obrázok PPC reklamy v spojení s textovým sloganom hlása niečo neskutočné alebo niečo, čo sa dá dosiahnuť bez výraznej námahy. Enormný rast svalov za mesiac, rapídne zníženie tuku, veľkú sexuálnu potenciú, protijed proti obezite, zväčšenie penisu, zvládnutie cudzích rečí, rýchly rast vypadaných vlasov a pod. Príklady podvodných PPC reklám sú zobrazené na obrázku 1.

**Získaj obrovské svaly!**  
Prirodzený spôsob ako získať 10kg svalov za mesiac.

**Tuk okolo brucha**  
Strácaj 1,4 kg denne.

**100% erekcia**  
už za 10 minút.

**Mať SVALY bez námahy**  
Až 10kg svalovej hmoty za 3 týždne - KLIK!

**Po 8 dňoch vážila o 18 kg menej!**  
29-ročná Kristína z Popradu odhalila prísne strážené tajomstvo vyvinuté dietológom...

**Majitelia posilňovni ho neznášajú!**  
26 ročný chlap z Bostonu získal za 1 mesiac vyrysované svaly a to celkom bez námahy. Dnes odhaľuje svoj trik pre získanie veľkých prsných svalov.  
[Pozrite sa, ako to urobil >>>](#)

**Obrázok 1: Príklady podvodnej PPC reklamy**

zdroj: PPC systémy

Väčšina týchto obrázkov pochádza z rozličných databáz fotografií alebo boli prebrané z pôvodných webov (pravdepodobne bez súhlasu ich majiteľa). Niektoré obrázky použité

v PPC reklame prešli aj grafickými úpravami. Ako príklad grafickej úpravy podvodnej PPC reklamy je uvedený na obrázku 2.



**Obrázok 2: Upravená (použitá v PPC reklame) a pôvodná fotografia**

zdroj: PPC systémy

Neskúsený zákazník sa môže nechať zlákať takouto neskutočnou ponukou. Po kliknutí na PPC reklamu je presmerovaný vo väčšine prípadov na webovú stránku, ktorá je zameraná na ponúkaný produkt. Takáto webová stránka sa javí ako perfektne prepracovaná, na prvý pohľad nenaznačujúca podvod. Obsahuje len veľmi malé množstvo gramatických chýb, vyjadrenia expertov alebo lekárov, rôzne komentáre zo sociálnych sietí, popis produktu, množstvo odkazov a iné. Avšak väčšina z týchto prvkov nie je to, čím sa na prvý pohľad zdá. Vyjadrenia expertov a lekárov sú falošné, ich fotografie majú nejasný pôvod a jedná sa o úplne iných ľudí, komentáre zo sociálnych sietí sú vymyslené, fotografie pri komentároch pochádzajú tiež z nejasných zdrojov, odkazy smerujú len na e-shop z ktorého je možné pochybný produkt objednať. Dokonca niektoré podvodné stránky sa tvária ako blog alebo magazín (aj vo viacerých jazykových mutáciách).

Vyjadrenia expertov alebo lekárov spoločne s ich fotkami môžu neskúseného zákazníka zmiasť natolko, že si pochybný produkt objedná. Žiadny z deklarovovaných expertov alebo lekárov v skutočnosti neexistuje. Na obrázku 3 je zobrazená podobizeň „dietológa“, ktorej pôvod je vo foto banke. Ak by sa aj jednalo o reálneho dietológa, natíska sa otázka, prečo vystupuje pod viacerými menami – Štefan Hornáček, Marcin Kwiatkowski, Gergő Bodor, Markus Gühring. Z toho vyplýva, že sa určite nejedná o významného odborníka, ale o fotku, ktorá s „odborným“ vyjadrením nemá nič spoločné. Pri podobnej zhode by mal zákazník spozornieť a začať racionálne rozmýšľať.



**Obrázok 3: Pochybný dietológ**

zdroj: podvodné web stránky

Ďalším neklamným znakom podvodnej stránky sú komentáre, ktoré lákajú potenciálnych zákazníkov na kúpu produktu. Niektoré komentáre majú charakter otázky, prípadne sa javia ako náhodne postláčané klávesy. Niektoré podvodné stránky dokonca „umožňujú“ pridať vlastný komentár. Takto pridaný komentár sa zjaví maximálne tak užívateľovi, ktorý ho pridal a nikto iný ho neuvidí. Prepracovanejšie komentáre zobrazujú aj profilovú fotografiu diskutujúceho. Opäť sa však jedná o podvodné komentáre, umelo vložené na stránku a fotografia diskutujúceho je tiež len fiktívna. Na obrázku 4 je zobrazená profilová fotografia diskutujúcej, ktorá sa zobrazuje na viacerých podvodných stránkach. Nick diskutujúcej je však vždy iný. Napr. slečna na z profilovej fotografie sa volá Mirka Lukáčová, Izabela Małecka, markopolo, Elisa Piccolo, Justyna Zielińska, Wioletta Brzesko alebo Juana Álvarez de la Rosa. Budúcnosť môže priniesť potrebu vkladania autorských práv priamo do takýchto fotiek. (4)



**Obrázok 4: Falošná profilová fotografia**

zdroj: podvodné web stránky

Ak sa aj na podvodnej webovej stránke nenachádza možnosť nákupu pochybného výrobku, určite bude niekde odkaz na e-shop, kde sa dá objednať. Podvodné e-shopy sa snažia potenciálneho zákazníka dostať do časovej tiesni keď deklarujú, že ak si objedná tovar napr. do 15 minút, dostane výraznú zľavu. Takáto „akcia“ však platí vždy pri každej návšteve podvodného e-shopu.

Každý e-shop prevádzkovaný na Slovensku musí spĺňať platnú legislatívu (5):

- zákon č. 102/2014 Z.z. o ochrane spotrebiteľa pri predaji tovaru alebo poskytovaní služieb na základe zmluvy uzavretej na diaľku alebo zmluvy uzavretej mimo prevádzkových priestorov predávajúceho a o zmene a doplnení niektorých zákonov,
- zákon č. 250/2007 Z.z. o ochrane spotrebiteľa a o zmene zákona Slovenskej národnej rady č. 372/1990 Zb. o priestupkoch v znení neskorších predpisov,
- zákon č. 22/2004 Z.z. o elektronickom obchode a o zmene a doplnení zákona č. 128/2002 Z. z. o štátnej kontrole vnútorného trhu vo veciach ochrany spotrebiteľa a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení zákona č. 284/2002 Z.z,
- zákon č. 40/1964 Zb. Občiansky zákonník,
- zákon č. 266/2005 Z.z. o ochrane spotrebiteľa pri finančných službách na diaľku a o zmene a doplnení niektorých zákonov,
- zákon č. 122/2013 Z.z. o ochrane osobných údajov a o zmene a doplnení niektorých zákonov,
- vyhláška Ministerstva zdravotníctva SR č. 21/2012 Z.z., ktorou sa ustanovujú podrobnosti o internetovom výdaji liekov alebo zdravotníckych pomôcok, o spôsobe zverejnenia informácie o internetovom výdaji, o spôsobe balenia zásielky a jej prepravy a o spôsobe reklamácie,
- vyhláška Ministerstva životného prostredia SR č. 315/2010 o nakladaní s elektrozariadeniami a elektroodpadom.

V prípade, ak zákazník zistí, že niektorá náležitosť legislatívy v e-shope chýba, mal by zvýšiť pozornosť.

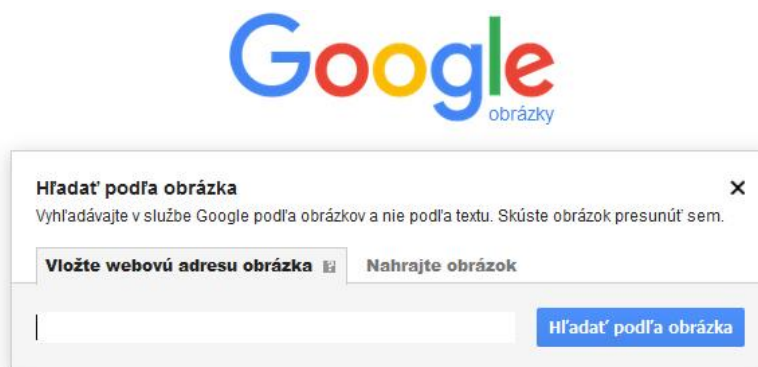
### **3. Možnosti odhalenia podvodu**

Na to, aby potenciálny zákazník odhalil podvod ešte predtým ako vykoná objednávku je potrebný zdravý rozum. Neexistuje žiadny zázračný prípravok, ktorý dokáže do jedného mesiaca pridať 10 kilogramov svalov, alebo odstrániť 1,4 kilogramu tuku denne. V prípade, že zdravý rozum sklame, je možné podvodnú PPC reklamu a s tým spojenú podvodnú webovú stránku alebo e-shop odhaliť pomocou jednoduchých metód vyhľadávania na internete.



### 3.1. Vyhľadávanie obrázkov

Vyhľadávanie obrázkov môže pomôcť k tomu, že potenciálny zákazník dokáže identifikovať podvodnú webovú stránku. Stačí si napr. z jednotlivých komentárov zistiť URL adresu profilovej fotografie a tú dať vyhľadať pomocou služby Google-obrázky (obrázok 5). Vyhľadávanie vráti množstvo obrázkov, ktoré sú umiestnené na viacerých webových stránkach.



**Obrázok 5:** Vyhľadávanie podľa obrázka

Týmto spôsobom je možné vyhľadať nielen falošné profilové fotografie, ale aj fotografie expertov alebo lekárov. Ak vyhľadávanie vráti výsledok, že predmetnú fotografiu ponúka na predaj foto banka alebo je opäť umiestnená na viacerých webových serveroch (s rozdielnym menom experta alebo lekára), potom je na mieste otázka o vierohodnosti experta alebo lekára.

### 3.2. Zistenie informácií o doméne

Každý užívateľ internetu má možnosť si zistiť základné informácie o doméne, na ktorej je prevádzkovaný e-shop, z ktorého chce nakúpiť. V závislosti na koncovke domény (TLD), je možné použiť viacero služieb:

- koncovky .sk – www.sk-nic.sk,
- koncovky .eu – www.eurid.eu,
- ostatné koncovky, napr. .com, .info – www.who.is.

Pomocou zistených informácií môžeme zistiť, kto bol registrátor domény e-shopu.. Ak nemá sídlo na Slovensku, ešte sa nemusí jednať priamo o podvodný e-shop, ale môžeme si položiť ďalšiu otázku, prečo si prevádzkovateľ e-shopu vybral zahraničného registrátora, keď na Slovensku ich pôsobí viacero.

### **3.3. Nefunkčné formuláre**

V prípade, že sa potenciálny zákazník rozhodne vložiť príspevok do komentárov a nevidí tam formulár, do ktorého by otázku vložil, mal by zostať ostražitý. Podobný stav by si mal zachovať aj vtedy, ak sa mu príspevok podarilo vložiť. To, či sa príspevok vložil reálne alebo sa zobrazil iba jemu dokáže zistiť tak, že si stránku s komentárom otvorí v inom prehliadači (nevýhoda spočíva v tom, že potrebuje mať nainštalované minimálne dva prehliadače webových stránok) alebo na inom počítači. Ak sa komentár nezjaví, jedná sa o podvodné komentáre.

### **3.4. Nejasné smerovanie odkazov**

Podvodná webová stránka, ktorá sa javí ako magazín, môže obsahovať (kvôli vierohodnosti) viacero odkazov, ktoré sa tvária ako menu. Môže sa jednať napr. o odkazy znenia Veda, Technológia, História, Literatúra, Jazykoveda atď. Okrem toho, že znenie týchto odkazov nesúvisí s ponúkaným produktom, ich smerovanie je nastavené do podvodného e-shopu. Takže je úplne jedno, na ktorý odkaz zákazník klikne, vždy bude presmerovaný na tú istú stránku.

### **3.5. Časové obmedzenie ponuky**

Zákazník nesmie byť uvedený pri objednávaní do časovej tiesne, čo podvodné e-shopy porušujú. V prípade, že sa pri objednávaní zákazník dostane do časového limitu na objednávku, jedná sa o podvodný e-shop.

### **3.6. Chýbajúce obchodné podmienky predaja alebo reklamácie**

Nutnou súčasťou každého e-shopu sú obchodné podmienky predaja a reklamácie. A chýbajú alebo sú nejasné, nielenže sa prevádzkovateľ dopúšťa nedodržania platnej legislatívy, ale opäť ide o podvodný e-shop.

### **3.7. Certifikáty kvality**

Niektoré podvodné e-shopy uverejňujú rozličné certifikáty kvality, ktoré im mali byť na Slovensku pridelené. Takéto certifikáty vydávajú certifikačné authority, ktoré si dajú záležať na tom, komu certifikát udelia. Určite by ho neudelili e-shopu, ktorý vykazuje znaky podvodu. Odporúčame overiť si u príslušnej certifikačnej authority, či naozaj takýto certifikát vydala.



#### 4. Záver

Podvodných webových stránok a e-shopov je na Slovensku už veľmi veľa. Všetko to však začína pri PPC reklame, ktorá sa snaží potenciálneho zákazníka nalákať na kúpu zázračného prípravku. Článok sa nesnažil posudzovať psychologické aspekty zákazníka alebo dôvody na kúpu takýchto produktov. V článku sme sa snažili ozrejmiť nekalé praktiky on-line predaja a možnosti ich detekcie s následnou prevenciou. Popísané možnosti odhalenia podvodných PPC reklám, webových stránok a e-shopov sme sa snažili vysvetliť jasne a zreteľne tak, aby im porozumel aj zákazník, ktorý nemá veľké skúsenosti s on-line predajom.

Rozličné jazykové mutácie podvodných webových stránok indikujú, že sa nejedná o problém, ktorý je iba na Slovensku.

Z praxe však môžeme konštatovať, že prevencia niekedy nepostačuje a zákazník sa spamätá až potom, keď už je neskoro.

#### Pod'akovanie

Tento príspevok je čiastkovým výstupom projektu VEGA č.1/0283/15 „Aspekty marketingovej komunikácie v oblasti procesu tvorby hodnoty zákazníka na trhu B2C v kontexte s maximalizáciou trhového podielu v nákupnom spáde maloobchodu.“

#### Zoznam bibliografických odkazov

- (1) *Čo je PPC?* [online]. [2015-10-14]. Dostupné na: <<http://www.seo-servis.sk/ppc.html>>.
- (2) *PPC*. [online]. [2015-10-14]. Dostupné na: <<http://www.adaptic.cz/znalosti/slovnicek/ppc>>.
- (3) *PPC reklama – výhody a nevýhody*. [2015-10-14]. Dostupné na: <<http://www.reklama-internet.sk/ppc-reklama-vyhody-nevyhody>>.
- (4) HALENAR, R.: Steganography used for copyright protection in Matlab environment. In: *European Journal of Science and Theology*, 2014, Vol. 10, suppl. 1, s. 253-26. ISSN 1841-0464.

(5) *Zákony*. [online]. [2015-10-14]. Dostupné na:

<<https://nakupujbezpecne.sk/legislativa>>.

### **Adresa autora**

Ing. Andrej Trnka, PhD.  
Fakulta masmediálnej komunikácie  
Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave  
Nám. J. Herdu 2  
917 01 Trnava  
andrej.trnka@ucm.sk