

低价作饵透支下套 另类“颜值经济”诱人

美容院“埋雷”营销何时休?



“您这个年龄一定要做护理了,只要抽空过来睡个觉就做好啦”“现在正有活动,原价几万元的套餐现在只要几千元”“我们美容院使用的都是纯天然产品,您看做完右半边脸,明显比左半边有光泽。今天买产品有优惠,明天就截止了”“没带钱不要紧,您可以先交定金开个卡”……这是许多走进美容院的消费者都听到过的话术。在今年央视“3·15”晚会上曝光的美容院免费骗局,更是戳中了无数消费者的“痛点”。

近年来,包括美容院在内的“颜值经济”高速增长,诱人的利益吸引了无数投资者。与此同时,美容院低价诱导顾客上门、虚假夸大宣传、透支型消费下套等“套路”也十分普遍,消费者应有的权益难以得到保障。围绕社会反映较为普遍的一些问题,记者进行了深入调研采访。

免费低价返还作饵 美容院拓客花样多

拿着“某琪”美容院派发的免费体验宣传单,记者以顾客的身份探访了美容院,一位经理热情地向记者介绍了宣传单中的相关项目。在美容行业,对于首次上门的顾客,或可免费体验一次,或仅以几十元的“白菜价”销售多次体验套餐,几乎已经成为拓客的常规噱头。

在体验过程中,“高级”美容师会滔滔不绝地分析消费者的皮肤弱点,强调保养护理的必要性。通过情感式的话术聊天,消费者的性格、职业、家庭、经济情况等信息也会被一一“套”出。美容师“了解”到体验者的意向程度后,会抽空传达给外面的“老师”。“老师”或“经理”则会在恰当时间推门而入,展开猛烈的攻心术,推荐“对症”产品和服务项目。

即使是一般的平价美容院,入门级会员卡也少则三五千,多则上万。充值越多,折扣越大,产品更高级,美容仪器更先进。有的消费者最初只选择了基础护理,但是在后续的服务中,如果一直坚持基础消费而不做升级,就会慢慢地沦为美容院新人的“练手”对象。

如果说,用“免费、低价”的手段招揽顾客还算直接明了。用“诚意金返还”“虚假夸大宣传”等手段变相欺诈消费者,则更加“高明”。在中国裁判文书网发布的民事判决书中,就有不少相关案例。

来自广西的秦女士与当地一家美容院签订了“感恩回馈——年度五星级护理年卡赠送”协议。协议约定,秦女士向美容院交付近6千元诚意金,获得五星级腰肾护理年卡1张,协议有效期内只要坚持每周一次到店护理,满40次即可全额退还诚意金。协议签订后,秦女士坚持每周到店做护理,但当年卡使用了30多次后,美容院开始以各种理由拒约,并诱导秦女士把余下的诚意金转做其他美容项目。当秦女士拒绝后,便再预约不到剩下的服务,诚意金返还是无从说起。秦女士怒将美容院告上法庭。

大连市一家养生美容院在其微信公众号【某某脊椎管理】项目中介绍,“全套引进美国脊椎矫正技术——高频传导脊椎复位仪,并针对中国人体质,配套增加疏筋、调骨、排酸、通络、肝肾功能保护、固本氧养气等功能仪器,配合复方中药材产品对人体进行通调养护”。张女士在签订合同后发现,美容院提供的脊椎治疗保养服务与公众号中的宣传不一致,随即进行投诉。

在相关部门的询问笔录中,该美容院的工作人员陈述,做脊椎治疗保养服务使用的颈椎调理仪器淘宝网上购买,热膜系用姜粉和水调制。既无宣传中的“引进美国脊椎矫正技术——高频传导脊椎复位仪”,也无“配合复方对人体进行通调养护的中药材产品”。

而在北京的一家女子美容院,于女士因其宣传的“产品对丰胸减肥塑身有奇效,从泰国进口,并提供检测报告”等内容,与美容院签订了胸部疗程计划书,协议疗程时间23个

月,分4个阶段完成。然而经4个疗程后,并未达到美容院宣称的效果,于女士认为美容院存在欺诈消费者的行为,向法院提出终止服务、赔偿损失的要求。

透支型消费下套 学生频成“小白鼠”

眼下,又到了美容的消费旺季。在“美丽经济”产业中,学生群体逐渐成为一支不可忽视的消费力量。但与此同时,他们也是很容易受到蛊惑的“高危人群”。

爱美之心人皆有之,为了树立自信、就业或社交需求,许多学生渴望对面部或者身体做出适当修整,使仪态更符合理想预期。一些美容院抓住学生群体的这一诉求与他们没有固定收入、寻低价、求“一针变美”、易冲动消费等特点,在拓客活动中,将学生群体锁定为容易宰割的“小白鼠”。

对于手头没钱的学生,有的美容院推荐各种网贷,让学生“借钱”办卡美容。近日,央视曝光了一位女孩在美容院劝说下,从网上借贷2万元做美容的案例。而此前,扬子晚报也曾报道,一位缺乏经济偿还能力的准大学生小云(化名)在美容院工作人员的指导下,下载了一款应用软件,输入姓名、身份证号、学校等私人信息后,仅十分钟就从借款平台上借了3万多元的美容手术费。

对于这样的经历,许多网友都深有感触。网友“若何ing”说:“没现金,她让你拿‘花呗’,说你们不是有‘花呗’吗?”

据了解,很多美容院都有专门针对年轻人的美容贷款业务,只需提供身份证和学生证就可在十几分钟内贷到数万元。在这样“宽松”的条件下,很多年轻人一时冲动,在院方和中介的劝说下签定协议,不知不觉地踏入了设置好的消费陷阱。

殊不知,“零抵押、零担保、低利息”的外衣下,暗藏着诸多的隐性条款。不仅贷款利率高,而且还贷要求苛刻,更有贷款机构与美容机构“联手”诱导年轻的消费者提前消费、超额消费。

员工上岗无需资质 话术比技术更重要

在今年央视的3·15晚会上,曝光了“可诺丹婷”美容院“套路推销”的骗局。在曝光视频中,前去美容院应聘的暗访记者被两位店长传授经验,以“免费体验”的名义把顾客揽进店内后,用一环扣一环的“连环计”给顾客下套。整个过程中,多个项目老师、门店经理、蹲墙脚、扒门缝,想方设法偷听掌握顾客的情况,一旦有需要,随时扮演不同的身份进入房间,同美容师打配合。

网友“牙牙今天掉睫毛了嘛”回忆起在美容院被“吓跑”的经历说:“上次我就被拽过去了,非要涂一个又白又油的面膜,一群人轮番劝说,不办卡不给卸,躺了两个多小时,头都懵了,死活不办,一分钱都没有,最

后放我走了”。

记者调查发现,许多美容院的美容师培训课程都打着“零基础,包学会,保障就业”的口号,多至一两个月,少则几天即可上岗。有的美容院则直接采用学徒式的“老带新”培训,边学边练手。同时对于一些美容院来说,员工“拉客”的软能力、话术技巧,比过硬的技术更重要。

在某连锁美容院从事足疗工作的蒋某,对记者讲述培训上岗的经历时称,自己最初到美容院,想着踏实地跟老师学点技能,可仅仅三天的培训后,自己就怀着忐忑不安的心情被要求“上岗”了。主管在向顾客推荐她时,直接“授予”了她“高级技师”的身份。

她透露说,在培训期间,主管常常这样“教导”手下:“技能可以慢慢学,但首先要学会抓住顾客心理,说顾客想听的,套出顾客关心的问题,对症下药”。加之“老师”和“经理”从旁推波助澜,力争达到“让顾客掏钱办卡”的目的。”

记者查询国家人力资源和社会保障部官网发现,目前虽然有美容师一职,但其职业资格属于水平评价类,并不是准入类。水平评价类职业资格只是作为个人能力的一项证明,不需要去主管部门注册,也没有继续教育要求。而准入类职业资格必须通过考试才能上岗工作(比如医生上岗必须通过医师资格考试)。记者了解到,有的美容院对于美容师的职业资格并没有硬性要求,其技能水平的培养,主要还是靠公司培训或者在实际工作中通过不断“练手”进行积累。

退款维权难度大 消费者要“明明白白”消费

近年来,涉美容的投诉呈现出金额大、人数多、调节难等特点。中国美容美发化妆品协会的一位负责人表示,大部分美容院都没有向消费者提供任何发票收据,大型美容院在打单的时候也会更改项目名称以逃避责任,

所以就算是消费者投诉到相关部门,查找证据进行整治的难度也相当大。而若不是接到投诉或者举报,一般的日常检查确实很难覆盖到每一家美容院。

此外,美容院违规从事医学美容的情况也屡禁不绝。这位负责人介绍,受人工、租金成本上涨影响,加上医美机构迅猛发展的冲击,近年来国内美容院的竞争越发激烈。为了抢食市场,很多美容院不惜铤而走险,加大推销力度,甚至违规打起了医美的“擦边球”。当消费者发现受骗后向有关部门举报,却往往因证据不足,只能对其警告或从轻处罚。

对于此次央视曝光的“可诺丹婷”美容院事件,各地市场监管部门也纷纷表示,对美容行业存在的类似违法行为予以高度关注,协同行业主管部门加大消费投诉举报处理及案件查处力度,加强行业教育引导,推动行业自律。

为此,中消协也提醒广大消费者,在美容消费当中,不可轻信美容院夸大其词的宣传,仔细考察经营者的市场信誉和经营状况,货比三家、审慎选择,并根据自己需要理性选择服务项目。此外,在办卡时,要认真阅读有关服务规则,详细了解自己的权利、义务,不要被经营者的各种优惠条件所迷惑,尤其要避免一次投入过高,承担风险过大。甘肃省消费者协会也发布消费提示,提醒广大消费者理性认识生活美容和医疗美容的区别。在购买和使用预付美容卡时,一定要与美容院签订正式书面合同。

中国消费者协会新闻与公共事务部主任任静建议,建设放心消费的环境刻不容缓。首先要加强行业自律,希望机构依法规范经营,增强责任意识,坚守职业道德。同时建立消费维权机构黑名单,对于消费者反映的一些违反国家相关法律法规、侵害权益的机构,向监管机构进行移送,来维护消费者权益。中消协愿意和媒体、行业机构一起,对公众开展消费教育,让消费者更能够明明白白消费,放心选择。(杨迪 崔元苑)

