



För säkerhets skull

Skrämd av Key Code eller rädd för id-kapningar?

"Vi vill utbilda, informera och skydda våra kunder"

Allt fler svenskar råkar ut för identitetsstöld. Men många känner inte till att deras personnummer finns tillgängligt på nätet. Det resulterar i att en del känner oro när Key Code, som säljer skydd mot id-kapning, ringer och informerar om farorna på nätet.

– Jag ber om ursäkt till den som känt eventuellt obehag. Vi vill inte göra någon orolig och skulle inte överleva som företag om vår affärsmodell var att skrämman människor, säger Daniel Johansson, vd på Key Code.



Hela vår företagsidé går ut på att utbilda, informera och erbjuda marknades bästa skydd mot id-kapning, säger Daniel Johansson, vd på Key Code.

Omkring 75 000 svenskar får sin identitet kapad varje år, enligt Aftonbladet. I korthet fungerar det som så att en bedragare använder dina personuppgifter och gör en adressändring på ditt personnummer. Sedan kan bedragaren göra alltifrån att ta lån och krediter till att beställa lyxprylar i ditt namn – utan att du märker det. Göteborgsbaserade företaget Key Code erbjuder ett skydd mot bland annat identitetsstöld och säljer det främst genom telemarketing.

Att sälja tjänster via telemarketing blir allt vanligare, samtidigt som undersökningar från Konsumentverket visar att 19 av 20 svenskar inte vill bli uppringda av telefonförsäljare. Hela 96 procent är negativa till att bli kontaktade av telefonförsäljare från företag där man inte är kund sedan tidigare och färre än en av tio litar på att telefonförsäljare följer lagstiftningen. Under januari förra året kom det till exempel in 45 anmälningar till Konsumentverket mot Postkodlotteriet enligt Svenska Dagbladet.

Som telefonsäljare arbetar man med andra ord i motvind. Och jobbar man dessutom med att sälja skydd mot den typ av brottslighet som ökar mest blir svårigheten än större.

– Vi hade utmaningar vintern 2014 som resulterade i för många anmälningar gällande vår tjänst för kort och id-bevakning. Det har skapat en del debatt om det är god sed eller inte att informera om risker och brott i samband med erbjudande av en säkerhetstjänst som denna. I vissa fall har vi inte lyckats höra att konsumenten känt sig skrämd och det beklagar jag verkligen, det är helt emot våra avsikter. Hela vår företagsidé går ut på att utbilda och informera kunderna och erbjuda dem det bästa skyddet på marknaden mot id-kapning, säger Daniel Johansson, vd på Key Code Security AB.

Flertalet som Key Code ringer till vet inte hur en id-kapning går till, än mindre att alla medborgares personnummer numera finns tillgängliga på nätet som ett resultat av offentlighetsprincipen, som i sin tur regleras i grundlagen. När Key Codes säljare berättar om riskerna som finns i och med detta blir många oroliga, kanske till och med rädda. För Key Code är den stora utmaningen att sälja skydd mot skrämmande brott – utan att göra konsumenten rädd.

– Med Internet kommer många fantastiska möjligheter, men också nya faror. När vi ringer till potentiella kunder informerar vi om id-kapning på nätet, ett samhällsproblem som blir allt vanligare, men som kunden kanske inte känner till. Det i sig kan upplevas som skrämmande. Därför är det en utmaning för oss att tänka till ett extra varv när det gäller tonen i samtalet. Vi måste vara lyhörda och fånga upp rädslorna för det här samhällsproblemet, säger Mikaela Åborg, försäljningschef på Key Code.

Alla som köper Key Codes tjänster över telefon spelas in när de accepterar köpet. Inspelningen sparas. Sedan skickas en orderbekräftelse ut. Efter det har kunden drygt två veckor på sig att ångra sitt köp. Först därefter är avtalet bindande. Inför ett förnyat avtal får kunden en avisering två månader före avtalet löper ut så att det finns gott om tid att avsluta tjänsten för den som vill. Det går också att säga upp avtalet med Key Code via mejl, telefon eller webb.

– Vi tar våra kunders oro på allvar. Som ny regel har vi infört att varje samtal till kund ska vara i minst sju minuter, för att vi på riktigt ska nå fram och kunna kommunicera. Vi måste ge oss tid i samtalet och förklara ordentligt vilken tjänst vi erbjuder kunden och varför det är viktigt, säger Mikaela Åborg.

Man har också anlitat tre säljcoacher som hela tiden sitter med under samtalen och lyssnar på säljarna i kundsamtalen.

– Vi vill att allt ska gå korrekt till. Det finns inget syfte i att skrämma kunden. Om man bara köper en tjänst för att man blir skrämmd behåller man ändå inte produkten, säger Mikaela Åborg.

Hon uppmanar de kunder som inte känt sig nöjda med säljsamtalet att höra av sig direkt till företaget.

– Ring vår kundtjänst och ge oss feedback! Då har vi möjlighet att korrigera det som eventuellt missuppfattats. Vi gör allt för att våra samtal till kund ska vara informativa och belysa själva samhällsproblemet, och vad man kan göra för att försöka undvika det. Key Code är inte problemet, Key Code är lösningen på ett allt vanligare samhällsproblem, nämligen id-kapningar på nätet. Vi ringer ett preventivt samtal.

Key Code pressrum

<http://news.cision.com/se/key-code>

För ytterligare information

Daniel Johansson, vd Key Code, 0705-41 26 00, daniel.johansson@keycode.se

Magnus Sjöback, presskontakt Key Code, 0704-45 15 99, magnus.sjoback@sjobackpr.se

Key Code är ett säkerhetsföretag som hjälper privatpersoner och företag att skydda värdehandlingar, identiteter och förebygga brott. Ledande tjänster är Nyckelbrickan och Kort och ID-skydd vilka säljs som abonnemang. Verksamheten startades 1983, omsätter drygt 70 miljoner kronor och har 75 personer anställda. Key Code har kontor i Hisings Backa i Göteborg. www.keycode.se