

Przewodnik po elementach strony

Niniejszy przewodnik powstał, aby wskazać niezbędne elementy, które powinny zostać zaprezentowane na stronie Twojego sklepu internetowego. Określono w nim kryteria, których spełnienie jest konieczne, aby Twoja firma stała się aktywna w naszym Systemie. Pamiętaj, iż aby było to możliwe, Twój serwis musi być dostępny online i mieć gotowy moduł sprzedażowy - na stronie powinny być przedstawione oferowane przez Ciebie produkty lub usługi wraz z cenami, powinny także działać takie funkcjonalności jak dodawanie produktów do koszyka. Jasne zasady sprzedaży i właściwie napisany regulamin to podstawa sukcesu - spełnienie tych warunków pomoże Ci uniknąć nieumyślnego złamania przepisów prawa, oraz regulacji narzuconych przez organizacje płatnicze.

Oferta - Produkty oraz usługi dostępne w Twoim serwisie

Kluczowym elementem zachęcającym Klienta do dokonania zakupów jest przejrzysta strona sklepu i odpowiednio skatalogowana oferta towarów lub usług. Osoba płacąca powinna wiedzieć, jaki towar kupuje, znać jego właściwości, a także móc obejrzeć zdjęcie przedmiotu sprzedaży. Odpowiednia prezentacja towaru jest nie tylko wymogiem prawnym, ale również pozwala uniknąć niepotrzebnych nieporozumień, reklamacji - a w efekcie negatywnych opinii o sklepie. Dodatkowym atutem jest określenie dostępności towaru lub terminów realizacji usługi.

Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta wprowadziła szereg nowych obowiązków informacyjnych, które powinny być przekazane Klientowi najpóźniej w chwili wyrażenia przez niego woli związania się umową na odległość. Co więcej, masz obowiązek przekazać Klientowi potwierdzenie zawarcia umowy na odległość na trwałym nośniku w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi.

Pamiętaj:

Towary lub usługi przez Ciebie sprzedawane:

- muszą być Twoją własnością lub musisz mieć prawo do ich odsprzedawania;
- ich sprzedaż nie może naruszać obowiązujących przepisów prawa;
- powinny być dokładnie opisane oraz zaprezentowane.

W przypadku sprzedaży treści cyfrowych dodatkowo należy poinformować Klienta o:

- funkcjonalności treści cyfrowych;
- technicznych środkach ich ochrony;
- mających znaczenie interoperacyjności treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem, o których przedsiębiorca wie lub powinien wiedzieć.

Na stronie, gdzie potwierdzany jest zakup, należy w sposób jasny i widoczny przedstawić:

- dokładny opis produktu przedstawiający istotne cechy towaru lub usługi;
- cenę wybranych towarów (lub usług) oraz koszty wysyłki i inne dodatkowe koszty;
- czas trwania umowy oraz informacje o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy;

- minimalny czas trwania zobowiązań Klienta wynikających z umowy

Jeśli Twoja oferta ulegnie zmianie (otworzysz nowy serwis, poszerzysz ofertę o towary z innej kategorii niż sprzedawane do tej pory), zgłoś to niezwłocznie do nas. Dzięki temu będziemy mogli odpowiednio określić rodzaj Twojej działalności, a Twoi Klienci nie będą mieć problemów z identyfikacją płatności na zestawieniach swoich transakcji.

Regulamin

Przedstawienie i akceptacja warunków regulaminu

Przygotowanie regulaminu jest wymogiem prawnym i najwygodniejszą formą przedstawienia Klientowi wszystkich zasad współpracy z Twoją firmą. Określa on warunki zawarcia umowy pomiędzy Wami i powinien być umieszczony na stronie sklepu internetowego w miejscu widocznym i łatwo dostępnym dla każdego potencjalnego Kupującego. Bardzo ważne jest, aby Klient przed dokonaniem zakupu potwierdził zapoznanie się z regulaminem, oraz zaakceptował przedstawione w nim warunki poprzez zaznaczenie odpowiedniego pola w formularzu zakupu. Postaraj się zachęcić go do przeczytania regulaminu przed dokonaniem płatności - przydatne będzie umieszczenie linku, otwierającego regulamin w osobnym oknie przeglądarki.

Elementy regulaminu

Regulamin powinien być zrozumiały i przejrzysty. Powinien także zawierać wszystkie elementy określone w niniejszym przewodniku. Nawet jeśli na swojej stronie umieszczasz poszczególne informacje w takich sekcjach jak: 'o nas', 'kontakt', 'cennik' - powtórz je w regulaminie. Klient akceptuje znajomość regulaminu i jego zapisów, a nie fakt zapoznania się z Twoją stroną internetową. Uwarunkowania prawne konstrukcji regulaminu opisane są w Ustawie z dnia 18 lipca 2002 roku o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz Ustawie z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta.

Pamiętaj, że musi on zawierać następujące elementy:

- informacje o Twojej firmie - min.: dane rejestrowe, adresy, gdzie Klient może złożyć reklamację;
- sposób realizacji zamówienia;
- procedurę / politykę zwrotów;
- procedurę / politykę reklamacji;
- procedurę / politykę ochrony danych osobowych;
- ograniczenia realizacji zamówienia;
- dostępne formy płatności;
- treść gwarancji i usług posprzedażnych oraz sposobie ich realizacji;
- kodeks dobrych praktyk.

Cena

Konkurencja na rynku internetowym jest dziś bardzo duża. Czasami wyjątkowa oferta towarów i przedstawienie ich w atrakcyjny sposób nie wystarczą - to cena odegra główną rolę podczas procesu

zakupowego. Nie pozwól, aby oczarowanie atrakcyjną ceną przysło w momencie dokonywania płatności. Zadbaj o to, aby cena umieszczona przy produkcie była ceną ostateczną.

Wyjaśnij swoim Klientom, jakie dodatkowe opłaty mogą ponieść w związku z zakupami w Twoim sklepie (poszerzona gwarancja, ubezpieczenie przesyłki itp.). Niektórzy Klienci preferują droższą, ale pewną przesyłkę kurierską, innym nie zależy na czasie i wybiorą tańszą, tradycyjną wysyłkę za pośrednictwem Poczty Polskiej. Niezależnie od wybranej formy transportu, Kupujący powinni znać całkowity koszt zamówienia.

Pamiętaj:

- określ łączną cenę produktu lub łączny koszt świadczenia wraz z podatkiem (kwota brutto); w razie zawarcia umowy na czas nieoznaczony lub umowy obejmującej prenumeratę podaj łączną cenę lub wynagrodzenie obejmujące wszystkie płatności za okres rozliczeniowy, a gdy umowa przewiduje stałą stawkę - także łącznych miesięcznych płatności;
- pamiętaj, że w momencie składania zamówienia Klient musi mieć świadomość, że zamówienie pociąga za sobą obowiązek zapłaty (konieczny przycisk np. „zamawiam i płacę”). Bez spełnienia tego obowiązku umowa nie zostaje zawarta.

Informacje o Twojej firmie

Daj się rozpoznać i działaj zgodnie z prawem. Budowanie marki trwa często latami. Podobnie budowanie zaufania. Twoi Klienci sprawdzają, kim jesteś, szukają opinii o Twojej firmie. Pamiętaj o tym, aby odpowiednio oznaczyć swoją firmę co najmniej zgodnie z regułami Kodeksu Cywilnego. To nie tylko wymóg prawny - to także dobra praktyka. Klienci powinni mieć możliwość skontaktowania się z Tobą zarówno w przypadku pytań związanych z zakupem, jak i po jego dokonaniu - na przykład w związku z reklamacją. Czasami jeden telefon lub e-mail potrafi rozwiązać wszelkie wątpliwości. Najpóźniej w chwili wyrażenia przez Klienta woli związania się umową na odległość poinformuj go w sposób jasny i zrozumiały o swoich danych identyfikujących.

Pamiętaj:

- umieść na swojej stronie dane identyfikujące w szczególności o firmie, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, a także numerze, pod którym został zarejestrowany;
- wskaż adres przedsiębiorstwa, adres poczty elektronicznej oraz numery telefonu lub faksu jeżeli są dostępne, pod którymi Klient może szybko i efektywnie z Tobą skontaktować;
- podaj adres, na który Klient może złożyć reklamację, jeśli jest inny niż adres firmy;

poniżej przykładowe elementy identyfikacji - wypełnij odpowiednio dla formy prawnej swojej firmy:

Przedsiębiorstwo Handlowe "ABC" Jan Nowak sp. z o.o.

ul. J.P. Woronicza 17

00-950 Warszawa

NIP: 123-456-78-90

REGON: 123456

KRS: 123456

Zarejestrowane przez Sąd Rejonowy w Warszawie, XX Wydział Gospodarczy

Tel. 022 123 234 56

e-mail: abc@abc.pl

adres dla reklamacji: reklamacje-abc@abc.pl

Sposób realizacji zamówienia

Zapewne wychodzisz naprzeciw oczekiwaniom swoich Klientów i umożliwiasz im samodzielne podjęcie decyzji dotyczącej sposobu realizacji zamówienia. Szybko, pewnie, tanio, dyskretnie - to Kupujący decyduje, co jest dla niego w danym przypadku najważniejsze. Pamiętaj jednak aby upewnić się, że Nabywca zdaje sobie sprawę z tego, jakie są wady oraz zalety danej formy transportu - oraz jakie konsekwencje wiążą się z jej wyborem. Klient powinien znać cenę, sposób dostawy, oraz termin realizacji zamówienia, wraz z informacją, po jakim czasie powinien zgłosić ewentualne nieprawidłowości. Dodatkowym atutem jest umożliwienie mu śledzenia przesyłki, lub informowanie na bieżąco o statusie realizacji zamówienia. Oszczędzi Ci to czas, związany z odbieraniem telefonów lub odpisywaniem na maile z ponagleniami od zniecierpliwionych Klientów.

Pamiętaj:

- określ sposób dostawy, oraz firmę dostarczającą towar;
- określ termin przygotowania przez Ciebie zamówienia;
- określ termin dostawy przez firmę transportową;
- poinformuj Klienta o opłatach dodatkowych, takich jak opłata za dostarczenie przesyłki czy usługi pocztowe lub dopłata za skorzystanie z wybranej formy płatności (jeśli nie spełnisz tych obowiązków, Klient nie ponosi tych kosztów). Pobierając opłaty dodatkowe, nie możesz obciążyć Klienta dopłatą za wybraną formę płatności wyższą niż rzeczywiste koszty, które poniesiesz w związku z zastosowaniem danej formy płatności;
- poinformuj Klienta o kosztach korzystania ze środka porozumiewania się na odległość w celu zawarcia umowy, w przypadku gdy są wyższe niż stosowane zwykle za korzystanie z tego środka porozumiewania się.

Zwroty

Nikt ich nie lubi, jednak w świetle obowiązujących w Polsce przepisów Klient ma do nich pełne prawo. Dokonanie zakupu na odległość daje mu jeszcze więcej przywilejów niż w przypadku nabycia towaru w tradycyjnym sklepie. Pamiętaj o tym, że zgodnie z ustawą o prawach konsumenta Klient, który zawarł z Tobą umowę, może od niej odstąpić bez podania przyczyny, składając stosowne oświadczenie na piśmie lub poprzez elektroniczne wypełnienie i przesłanie formularza odstąpienia (w takim przypadku musisz potwierdzić odbiór trwałym nośnikiem) w terminie do 14 dni (bieg terminu do odstąpienia od umowy rozpoczyna się w różnych momentach w zależności od umowy). Jeśli go o tym nie poinformujesz, ma prawo zwrócić towar w przeciągu 3 12 miesięcy.

Jedynie nieliczne przypadki wykluczają prawo do odstąpienia od umowy. Jeśli Twoje towary lub usługi należą do tej grupy, poinformuj o tym wyraźnie Kupujących.

Pamiętaj:

- poinformuj Klienta o prawie do zwrotu towaru, bez względu na wybraną przez niego formę płatności;
- określ, w jaki sposób oraz w jakich okolicznościach zwrot może zostać dokonany;
- poinformuj Kupującego, jak może zgłosić zwrot wysłanego towaru;
- określ czas, w przeciągu którego zwrot może być dokonany --Klient ma 14 dni na zwrot towaru, licząc od daty odstąpienia od umowy;
- poinformuj Klienta, kiedy i w jaki sposób zostaną mu zwrócone środki-na zwrot pieniędzy (w tym kosztów dostawy) masz 14 dni od otrzymania oświadczenia od odstąpienia od umowy (tym samym kanałem płatności lub innym, o ile Klient wyraził na to zgodę i nie wiąże się dla niego z dodatkowym kosztem);
- jeśli zwroty nie są możliwe z uwagi na charakter sprzedawanych towarów lub świadczonych usług - poinformuj o tym Nabywcę, dołączając odpowiednie uzasadnienie;
- Klient ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy, chyba że zgodziłeś się je ponieść lub nie poinformowałeś go o konieczności poniesienia tych kosztów.

Reklamacje

Zdarza się, że zakupiony towar musi być oddany do reklamacji. Klient ma do niej prawo - musi wiedzieć, jak wygląda procedura reklamacyjna. Poinformuj go, w jaki sposób Twój sklep rozpatruje reklamacje. Określ, jakie są warunki oraz terminy ich rozpatrywania. Kupujący zwraca na to uwagę podczas dokonywania zakupów, może także szukać tego typu zapisów, gdy okaże się to konieczne. Pamiętaj, aby przestrzegać prawa, które chroni Twojego Klienta, nakładając na Ciebie obowiązki związane z reklamacją.

Pamiętaj:

- wobec Klienta masz obowiązek dostarczenia rzeczy bez wad;
- określ terminy, oraz zasady rozpatrywania reklamacji - wskaż sposób wysyłki reklamowanego towaru, oraz adres, na który należy wysłać reklamowany towar;
- informuj Kupującego na bieżąco o statusie reklamacji - na pewno będzie zaniepokojony, a nawet poirytowany koniecznością odesłania towaru z powodu jego wady;
- poinformuj Klienta o sposobie rozpatrzenia reklamacji - czy będzie to zwrot środków, wymiana na nowy towar, czy też jego naprawa;

Ochrona danych osobowych

Zaufanie Klienta i ochrona jego danych powinna być priorytetem dla Twojej firmy. Przepisy o ochronie danych osobowych są jednoznaczne i nakładają na Ciebie konkretne wymogi. Kupujący zaufa Ci, przekazując informacje o sobie. Ma pełne prawo wiedzieć, do czego je wykorzystasz, w jaki sposób chronisz, oraz czy przekazujesz je dalej.

Pamiętaj:

- określ swoją firmę jako Administratora Danych Osobowych;
- wskaż ustawę, na podstawie której przetwarzasz dane osobowe Kupujących;
- poinformuj Klientów, do jakich celów potrzebujesz tych informacji - czy są one niezbędne wyłącznie do realizacji zamówienia, czy również będą wykorzystane do celów marketingowych;
- określ, w jaki sposób chronisz dane Nabywców - to umocni ich zaufanie;
- poinformuj Klientów, w jaki sposób mogą mieć wgląd do swoich danych, oraz jak mogą je zmienić lub usunąć;
- poinformuj o podmiotach, którym udostępniasz dane osobowe;
- pamiętaj, że w celu realizowania płatności dane będą udostępniane PayU SA, która jest również Administratorem Danych Osobowych. W celu realizacji przesyłki dane mogą być także przekazane firmom kurierskim lub Poczcie Polskiej - jeśli tak, poinformuj o tym Kupujących w regulaminie sklepu;

Ograniczenia realizacji zamówienia

Sprzedaż niektórych towarów wiąże się z pewnymi ograniczeniami, wynikającymi na przykład z przepisów eksportowych, miejsca prowadzenia przez Ciebie działalności, czy też specyfiki samych towarów. Na przykład w przypadku sprzedaży alkoholu musisz pamiętać o ograniczeniach dotyczących wieku Klientów.

Pamiętaj:

- określ wszelkie możliwe ograniczenia dotyczące realizacji zamówienia, oraz wskaż, z czego one wynikają;
- poinformuj Klienta o dodatkowych warunkach, które musi spełnić, aby sprzedaż mogła zostać sfinalizowana;
- określ zasięg terytorialny, poza którym nie realizujesz zamówień.

Informacje te nie mogą być „schowane” na podstronach lub w regulaminie. Nazwy linków odsyłających do stron z odpowiednią informacją powinny być jasne i czytelne. Sam link odsyłający do regulaminu z nazwą „regulamin” nie spełni tego wymogu.

Określenie form płatności

Za Twój towar lub usługę Klient może zapłacić na wiele sposobów - za pomocą przelewu bankowego, karty płatniczej, czy też SMS-a. Powinieneś wskazać Kupującemu, jakie formy płatności oferujesz w swoim sklepie. Ułatwieniem, ale też wymogiem pośredników płatności, jest umieszczenie logotypów tych organizacji na Twojej stronie. Logotypy PayU, Visy oraz MasterCard są rozpoznawalne przez Klientów - wiedzą oni, że mogą Ci zaufać, a ich środki będą bezpieczne.

Pamiętaj:

- poinformuj Klienta jasno i czytelnie o akceptowanych sposobach płatności i terminie zapłaty;