

Zastosowanie nowych regulacji
prawnych w zakresie e-commerce do
skalowania sprzedaży internetowej.



JURKIEWICZ

KANCELARIA PRAWN

Jest tak wiele dokumentów prawnych jakie muszą być stworzone dla sklepu internetowego.





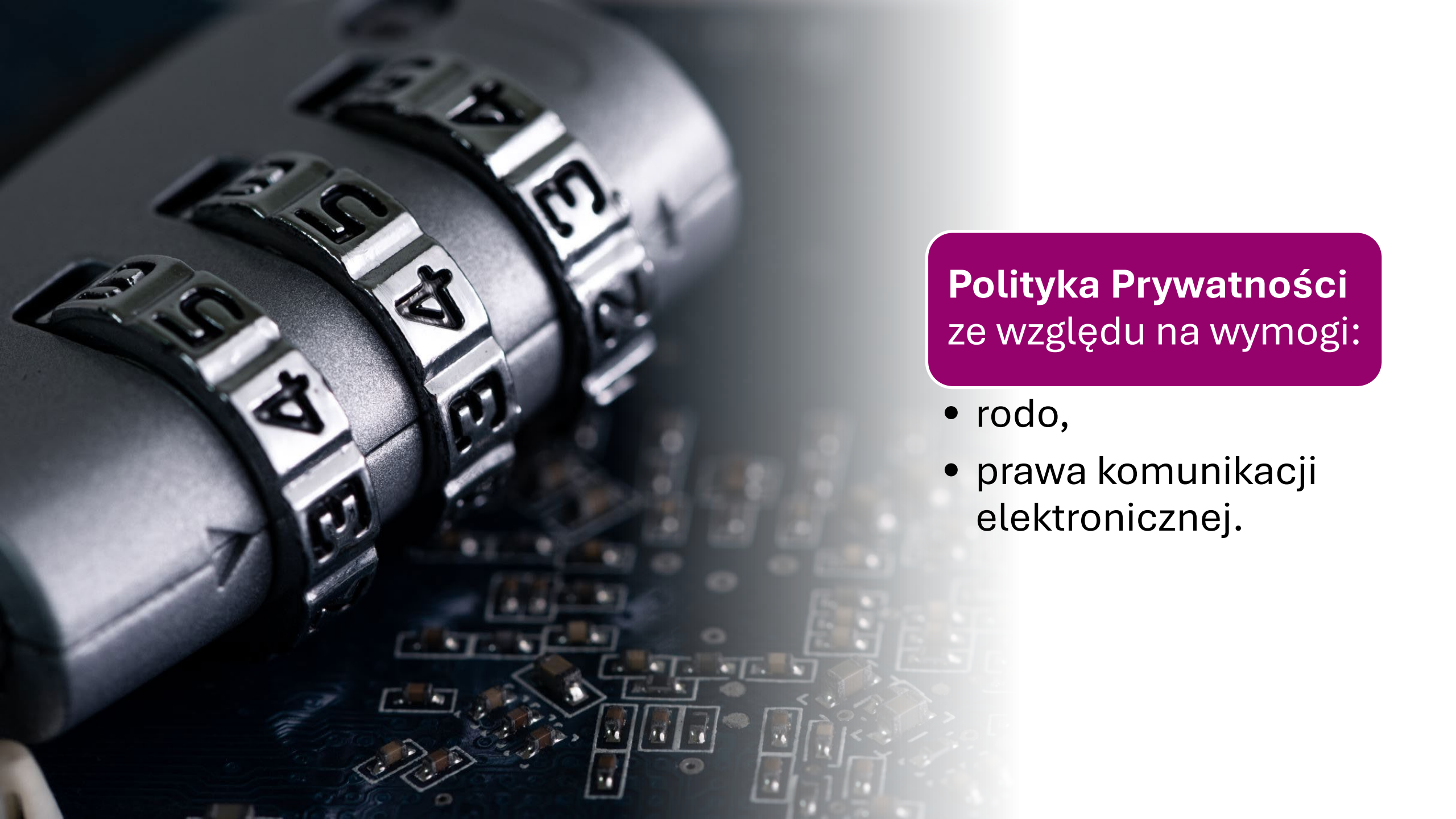
A ilość wymagań od 2023 r. znacznie wzrosła (dyrektywy: towarowa, cyfrowa, omnibus).

Tylko w tym roku mamy:

- 1) akt o usługach cyfrowych - od lutego 2024 r.
- 2) gpsr - nowe wymogi dotyczące bezpieczeństwa produktów także dla e-commerce - wejdą w życie od grudnia 2024 r.
- 3) prawo komunikacji elektronicznej - od listopada 2024 r.

Regulamin Sklepu, ze względu na wymogi:

- ustawy o prawach konsumenta (wymogi informacyjne, reklamacje, prawo odstąpienia, produkty cyfrowe),
- kodeksu cywilnego (wzorce umowne, niektóre regulacje dotyczące reklamacji).
- ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną, a także w szczególnych przypadkach aktu o usługach cyfrowych (dsa).



Polityka Prywatności ze względu na wymogi:

- rodo,
- prawa komunikacji elektronicznej.

Klauzule informacyjne (w Koszyku, czy Formularzu Kontaktowym), ze względu na rodo.



W skrócie mówiąc „**zgody marketingowe**” ze względu na:

- 1) ustawę o świadczeniu usług drogą elektroniczną,
- 2) prawo komunikacji elektronicznej,
- 3) rodo.



Opisy produktów ze względu na między innymi:

- ustawę o prawach konsumenta,
- ustawę o języku polskim,
- ustawę o ogólnym bezpieczeństwie produktów, od 13 grudnia 2024 r. ze względu na gpsr,
- ustawę o informowaniu o cenach towarów i usług (komunikacja promocji i obniżek)

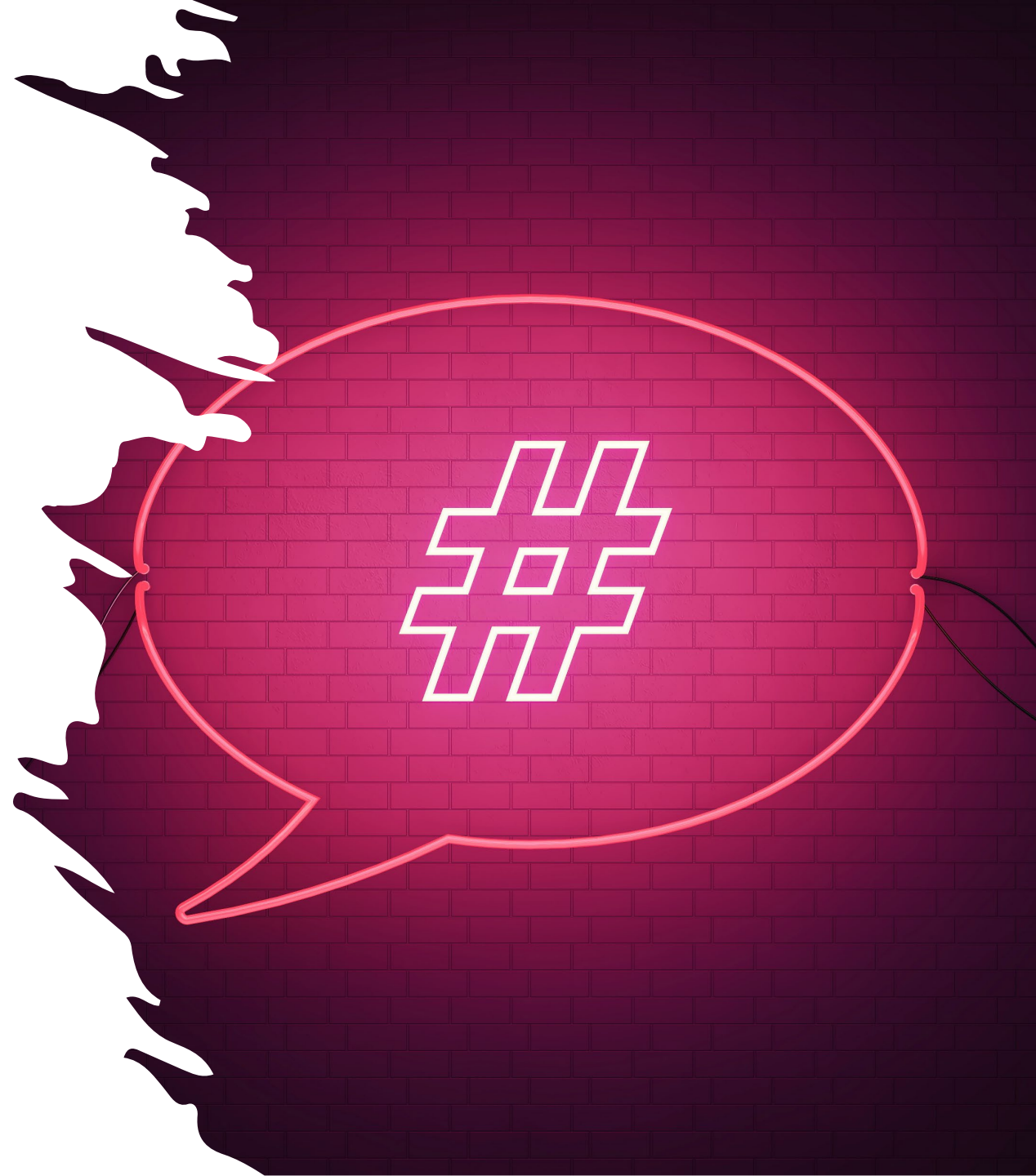
Regulaminy lead magnet ze względu na wymogi:

- 1) rodo,
- 2) prawo komunikacji
elektronicznej.



Polityka dotycząca publikowania opinii o produktach ze względu na wymogi:

- 1) w odpowiednich przypadkach aktu o usługach cyfrowych (dsa) np. w odniesieniu do obowiązku moderacji treści,
- 2) ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowymi (informowanie o pochodzeniu opinii, moderacji ich treści).



A także innych obowiązków jak np:

- zakaz stosowania tzw. dark patterns,
- czy obowiązek przestrzegania standardów ochrony małoletnich w przypadku dostawców usług pośrednich.

I nie dajcie się zwieść platforma internetowa to nie tylko miejsca takie jak Allegro, czy FB.

Nie dziwię się, więc że
czasem kiedy rozmawiamy
o wymogach dla Waszego
„ekomersa” chcecie mi
powiedzieć...






DEMOTYWATORY.PL

**W byciu sobą najbardziej
przeszkadza mi kodeks karny**

A już najczęściej słyszę:

*„Gdyby nie te przepisy
konsumenckie, sprzedaż w
moim „ekomersie” przebiłaby
sufit !*



The background features a dynamic, abstract composition of light rays and curved lines. On the left, a bright white light source creates a tunnel-like perspective that draws the eye towards the center. The rays transition from white to various shades of blue, creating a sense of depth and movement. The overall effect is reminiscent of a high-speed train or a futuristic data stream.

Ale jest też inna
perspektywa...

Nazwijmy ją *data driven
approach*.



Bo nasi klienci ...

mówią nam...


Dobre wrażenia zakupowe to podstawa

Polscy konsumenci przykładają ogromną wagę do pozytywnych wrażeń zakupowych. Jak podaje raport „Co (u)gryzie e-commerce 2021”, za wyborem takiego, a nie innego sklepu internetowego stoi głównie **prostota i wygoda zakupów, szczególnie krótka ścieżka zakupowa i możliwość szybkiego sfinalizowania transakcji.**

Co więcej – negatywne doświadczenie z witryną zakupową skłania klienta do tego, by skorzystać z oferty innego sprzedawcy.

Jakie „ekomersy” sprzedają ?

Raport „Co (u)gryzie E-commerce 2021” wskazuje, że aż 8 na 10 e-klientów nie jest do końca usatysfakcjonowanych zakupami w sieci.



Najczęściej wymieniane powody niechęci do tej formy zakupu (lub konkretniej – do sklepu, w którym zrobili zakupy) to: **brak zdjęć produktowych, wprowadzające w błąd opisy, niewłaściwie działające wersje mobilne e-sklepu.**

Jakie „ekomersy” sprzedają ?

Warto też pamiętać, że aż 68% internautów (za: „Co (u)gryzie e-commerce 2021”) wskazuje, że do zakupu zniechęcają ich niejasne rozliczenia finansowe. Nie zawsze jest to brak dogodnej dla nich płatności online, ale raczej jej przejrzystość i ergonomia.

Aż 1/3 polskich konsumentów nie chce na własną rękę rozwiązywać problemów zakupowych. Zamiast tego wolą zmienić e-sklep i zrobić zakupy gdzie indziej.

Jakie „ekomersy” sprzedają ?

Z kolei badanie "Retail Performance Ranking 2023" firmy EY przeprowadzone w czerwcu 2023 r. , w którym oceniono 65 różnych sprzedawców detalicznych z Polski na podstawie ankiet wypełnionych przez ponad 2,8 tys. respondentów.



Jakie „ekomersy” sprzedają ?

Wykazało że najważniejszym kryterium dla klientów z Polski jest **zaufanie** (16 proc. wpływu na decyzję). Na drugim miejscu znalazł się szeroki wybór (11,8 proc.), a na trzecim - stosunek jakości do ceny (10,4 proc.).

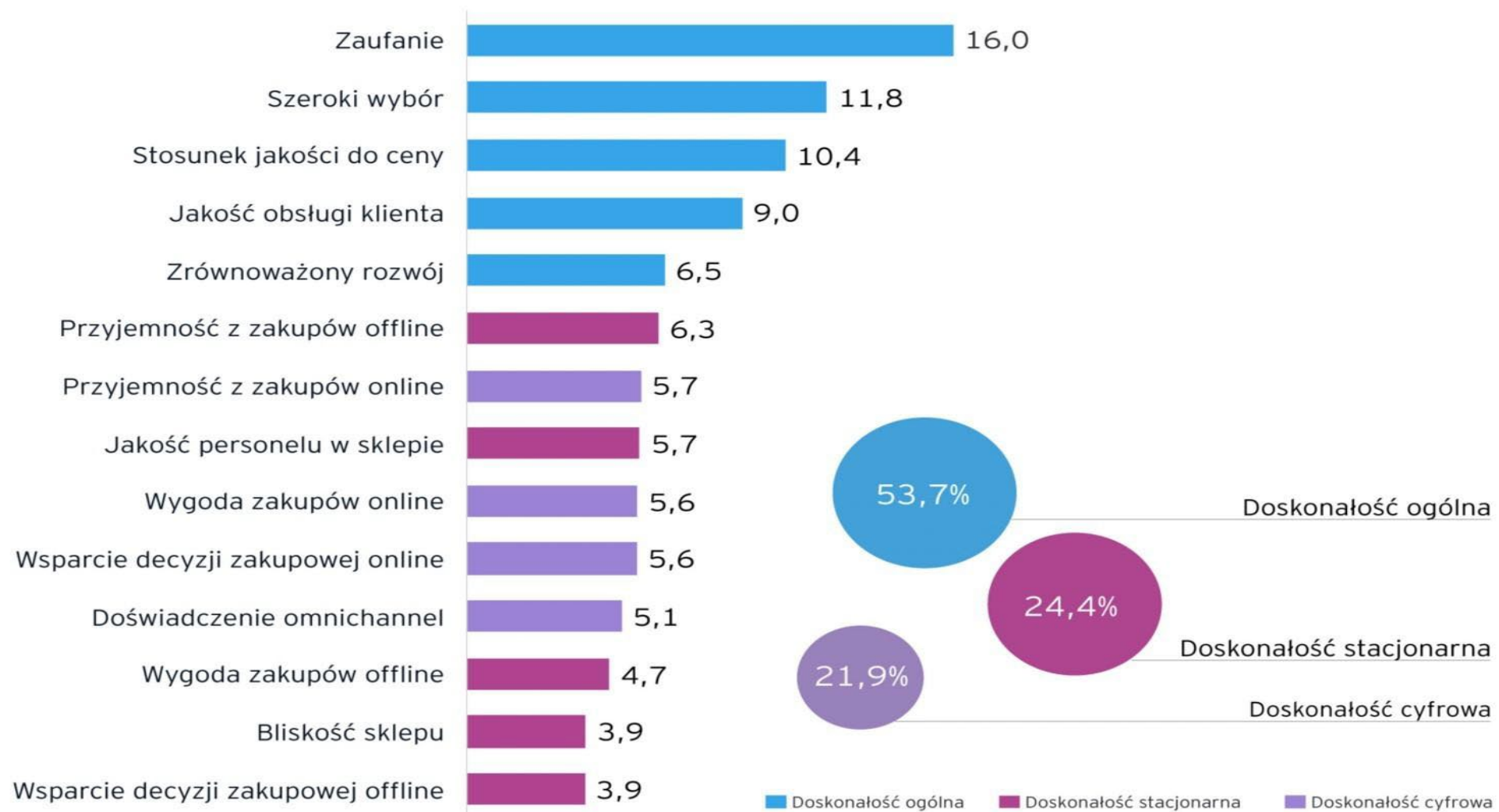
Widać wyraźnie, że współczesny konsument docenia zaufanie do marki i szeroką ofertę, wybierając detalistów z długą historią na rynku i bogatym asortymentem - tłumaczą eksperci EY.



Jakie „ekomersy” sprzedają ?

Eksperti EY wskazują, że detaliści, chcąc zachować konkurencyjność, muszą dostosować się do zmieniających się preferencji konsumentów, dla których zaufanie, szeroki wybór, jakość obsługi klienta i zrównoważony rozwój są kluczowymi wartościami.

Cena nie jest już jedynym decydującym czynnikiem w dążeniu do długotrwałego sukcesu biznesowego.





Więc okazuje się, że oczekiwania konsumentów to także ich podstawowe prawa takie jak:

- ✓ prawo do bezpieczeństwa,
- ✓ prawo do rzetelnej i jasnej informacji,
- ✓ prawo do wyboru,
- ✓ prawo do pozytywnego załatwienia uzasadnionych reklamacji.

Spełniając wymagania prawne dajecie
konsumentom najważniejszy sygnał.

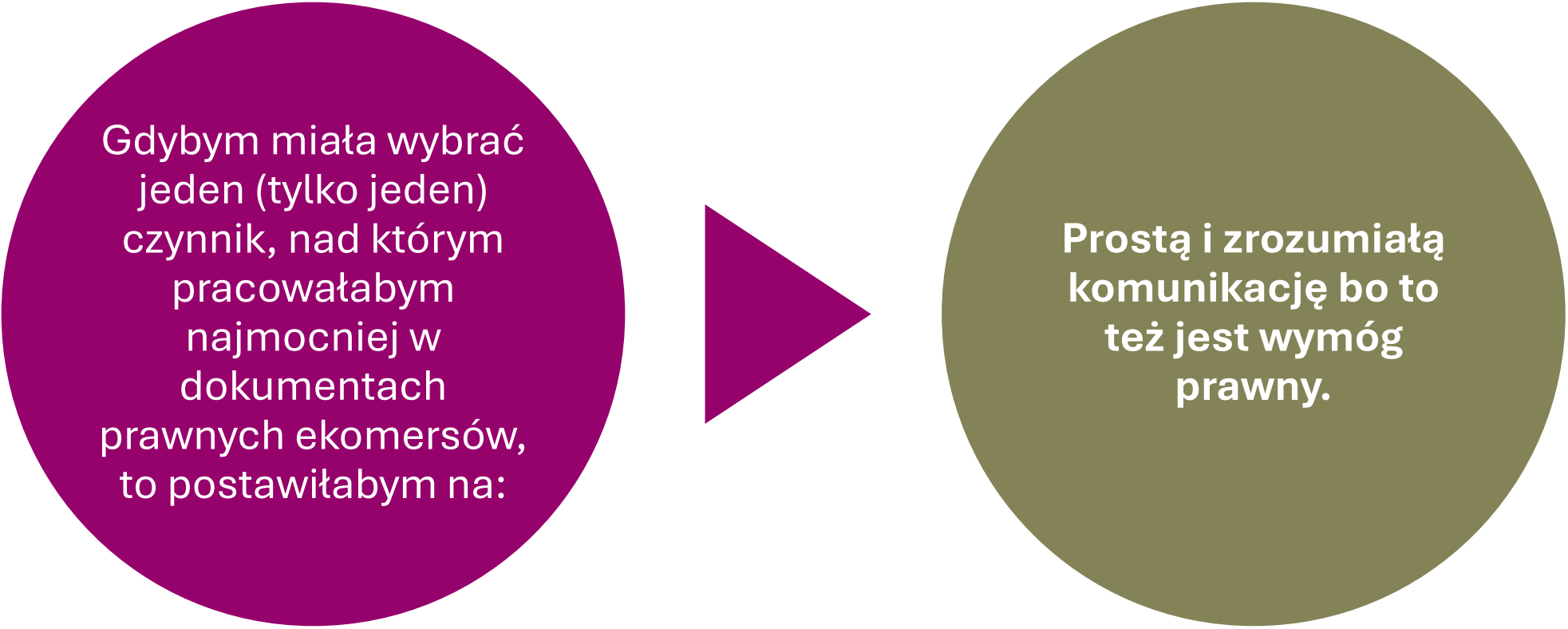
Możesz mi zaufać !





Ale zaufania nie zdobywamy przez skomplikowane, trudne, niejasne dokumenty i informacje prawne, albo wręcz przez ich brak.

Mętna woda to już nie jest środowisko, które chętnie odwiedza polski konsument ;)



Gdybym miała wybrać jeden (tylko jeden) czynnik, nad którym pracowałabym najmocniej w dokumentach prawnych ekomersów, to postawiłabym na:

Prostą i zrozumiałą komunikację bo to też jest wymóg prawny.



Weźmy na przykład ustawę
o prawach konsumenta:

*„Najpóźniej w chwili
wyrażenia przez
konsumenta woli związania
się umową przedsiębiorca
ma obowiązek
poinformować
konsumenta, o ile
informacje te nie wynikają
już z okoliczności, w
sposób **jasny i zrozumiały**
o...”*

Albo GPSR:

*„Producenci zapewniają dołączenie do swojego produktu **jasnych instrukcji i informacji na temat bezpieczeństwa w języku łatwo zrozumiałym przez konsumentów, określonym przez państwo członkowskie, w którym dany produkt jest udostępniany.**”*



Albo DSA:

W przypadku gdy dostawca usług hostingu (to będzie najczęstszy przypadek w ekomersach – przyp. JA) decyduje się, ze względu na to, że przekazane przez odbiorców usług informacje stanowią nielegalne treści lub są niezgodne z jego warunkami korzystania z usług, usunąć informacje przekazane przez odbiorcę usługi lub uniemożliwić dostęp do nich, lub w inny sposób ograniczyć ich widoczność lub monetyzację, na przykład po otrzymaniu zgłoszenia lub działając z własnej inicjatywy, w tym przy wykorzystaniu wyłącznie zautomatyzowanych środków, dostawca ten powinien w sposób **jasny i łatwo zrozumiały poinformować odbiorcę** o swojej decyzji, powodach jej podjęcia oraz dostępnych możliwościach odwołania się od tej decyzji, mając na uwadze negatywne konsekwencje, jakie takie decyzje mogą mieć dla odbiorcy (...),

Ale też w starszych przepisach jak ustawa o języku polskim, na bowiem ma zapewnić właśnie **zrozumiałość komunikacji z konsumentami.**





Dokumenty prawne w ekomersie, to też Wasz marketing.

Stosujcie regułę KISS („Keep it simple, stupid!”), która stawia na nieskomplikowane rozwiązania. „Niech to będzie możliwie proste, głupcze!” (maksymę przypisuje się Kelly’emu Johnsonowi, szefowi firmy zajmującej się innowacjami lotniczymi – przyp. Ja).

Z inżynierii zasada KISS przeniknęła do innych dziedzin – w tym do marketingu treści, gdzie stała się poniekąd standardem komunikacji z konsumentami opartej na prostym języku.

Zrozumiałość komunikacji to dla konsumenta:

- 1) wygoda,
- 2) bezpieczeństwo,
- 3) szybkość zakupów (nie musi czytać trzy razy żeby zrozumieć o co w tym wszystkim chodzi),

a to wszystko pozytywne doświadczenia zakupowe, które powodują, że klient wraca.



Dlaczego w takim razie ?



Wygląda to tak:

Prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży zawartej na odległość, o którym mowa w ust. 1. nie przysługuje Konsumentowi w odniesieniu do umów:

- o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy;*
- w której cena lub wynagrodzenie zależy od wahań na rynku finansowym, nad którymi przedsiębiorca nie sprawuje kontroli, i które mogą wystąpić przed upływem terminu do odstąpienia od umowy;*
- w której przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb;*
- w której przedmiotem świadczenia jest rzecz ulegająca szybkiemu zepsuciu lub mająca krótki termin przydatności do użycia;*

I tak dalej bo to po prostu jest kopia przepisu (to ściągnęłam z przypadkowego sklepu internetowego)

Zamiast np. tak ...



Mamy w naszym sklepie bogaty asortyment.

Pamiętaj!

Prawo odstąpienia od umowy nie zawsze Ci przysługuje!

11. każdym przypadku braku prawa odstąpienia poinformujemy Cię w opisie Towaru.
12. Prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje Ci między innymi w wypadkach *(wyliczenie przykładowe – przyp. aut):*
 - 1) w której przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb - jeśli zamówisz u nas rzecz, która zostanie dla Ciebie stworzona przez producenta w oparciu o Twoje indywidualne preferencje i wytyczne np.....;
 - 2) gdy przedmiotem świadczenia są rzeczy, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami np.....;
 - 3) w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu np.....



Nie wydaje się Wam
to przyjaźniejsze
jaśniejsze i
wygodniejsze ?



Więc wymagajcie od Waszych prawników:



prostego języka w dokumentach prawnych,



przykładów, które pozwolą zrozumieć konsumentowi jak w praktyce zadziała Wasz produkt, reklamacja, promocja, program lojalnościowy,



przyjaznej szaty graficznej dokumentu,



łatwego nawigowania po dokumencie (spis treści to nie fanaberia).



Dzielcie dokumenty na sekcje
(np. w osobnych zakładkach –
to już w zasadzie standard,

Stosujcie do dokumentów
prawnych reguły UX,

Bądźcie precyzyjni.



Dlaczego ?



Bo to sprzedaje 😊



Co było do udowodnienia



Dziękuję za uwagę !
