



BIZNES
I STRONA WWW

Audyt prawny biznesu online

Autorka:
ILONA PRZETACZNIK
RADCA PRAWNY

Audyt prawny biznesu online

BIZNES I STRONA WWW

Wydanie I
Kraków 2020.

ISBN 978-83-957641-1-0

© Copyright by Ilona Przetacznik 2020
www.legalnybiznesonline.pl
kontakt@legalnybiznesonline.pl

Kopiowanie lub udostępnianie bez zgody autora jest
zabronione.

Spis treści

06

WPROWADZENIE

07

AUDYT BIZNESU
ONLINE – CO TO
JEST?

09

PLAN DZIAŁANIA

10

IDENTYFIKACJA
CIASTECZEK. CZYM
SĄ COOKIES ?

11

DO CZEGO
STOSOWANE SĄ
COOKIES?

11

JAK SPRAWDZIĆ,
KTÓRE COOKIES SĄ
NA MOJEJ STRONIE
WWW?

12

ZADANIE DLA CIEBIE

12

KOMUNIKAT O
COOKIES

13

ZALECENIA

13

PRZYKŁADOWY
WZÓR KOMUNIKATU

14

ZADANIE DLA CIEBIE

16

ZABEZPIECZENIA –
KILKA SŁÓW O SSL

17 ZALETY
CERTYFIKATU SSL

25 STRONA
WIZYTÓWKA

18 PRAWA I OBOWIĄZKI
UŻYTKOWNIKA NA
STRONIE WWW

27 DOKUMENTY NA
STRONIE WWW

19 ZGODY I
CHECKBOXY

27 ZALECENIA
MINIMUM DLA
STRONY WIZYTÓWKI

20 KLAUZULE
INFORMACYJNE –
RODO NA STRONIE

28 SPRZEDAJESZ W
SIECI? MASZ SKLEP
INTERNETOWY?

22 POLITYKA
PRYWATNOŚCI

28 REGULAMIN
SPRZEDAŻY SKLEPU
INTERNETOWEGO

23 WSKAZÓWKA

29 PODSTAWOWE
ELEMENTY
REGULAMINU
SPRZEDAŻY

23 JAKIE ELEMENTY
MUSI ZAWIERAĆ
POLITYKA
PRYWATNOŚCI?

29 CHECKBOXY

30

WSKAZÓWKA

35

KURS #LEGALNA
SPRZEDAŻ ONLINE

30

ZALECENIA
MINIMUM
DLA SKLEPU
INTERNETOWEGO

38

KTO JEST AUTOREM
PORADNIKA?

31

PROWADZISZ BLOG?
OTO TWOJE OBOWIĄZKI
PRAWNE

32

PRAWA AUTORSKIE
NA TWOIM BLOGU

32

WSKAZÓWKA

32

ZALECANE MINIMUM
DLA BLOGA

35

KURSY ONLINE
I NARZĘDZIA DLA
BIZNESÓW ONLINE



WPROWADZENIE

Cieszę się, że tutaj jesteś! Jeśli pobrzesz ten poradnik to chcesz działać zgodnie z prawem i legalnie budować stabilny biznes online. Niezależnie czy działasz w branży e-commerce, beauty, jesteś wirtualną asystentką, informatykiem, webdesignerem czy może dopiero wchodzisz ze swoim biznesem stacjonarnym do Internetu.

Nie zawsze jest to proste. Nie zawsze jest to tanie.
Ale zawsze możliwe!

Zawsze masz wybór – poświęcasz czas albo pieniądze.
Teraz ja proponuję Ci poświęcić trochę Twojego czasu, bo być może pomoże Ci to zaoszczędzić sporo pieniędzy na początkowym etapie prowadzenia biznesu.
Później, możesz zdecydować, czy chcesz doprowadzić do legalności wszelkie aspekty Twojego biznesu online. Wspomnę o nich na pewno w tym e-booku.

Jestem radcą prawnym i prowadzę blog legalnybiznesonline.pl. MOją misję i więcej o mnie przeczytaj na końcu tego e-booka.

Wszystkiego Legalnego!



AUDYT BIZNESU ONLINE – CO TO JEST?

Audyt prawny strony internetowej i biznesu online ma na celu przedstawienie analizy strony internetowej i Twoich miejsc w mediach społecznościowych pod kątem prawnym, tj. pod kątem m.in. następujących przepisów prawnych:

- RODO
- Ustawy o ochronie danych osobowych
- Ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną
- Ustawy Prawo telekomunikacyjne
- Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych
- Ustawy Prawo własności intelektualnej

Audyt polega na przejrzaniu („przeklikaniu”) strony www i sprawdzeniu poprawności elementów prawnych i informatycznych (w ograniczonym zakresie, na tyle na ile potrafisz). W tym audycie podam Ci kilka wskazówek, jak taki audyt przeprowadzić samodzielnie. Tak, aby doprowadzić swoją stronę internetową, blog lub sklep internetowy do zgodności z przepisami.

Obszary istotne to:

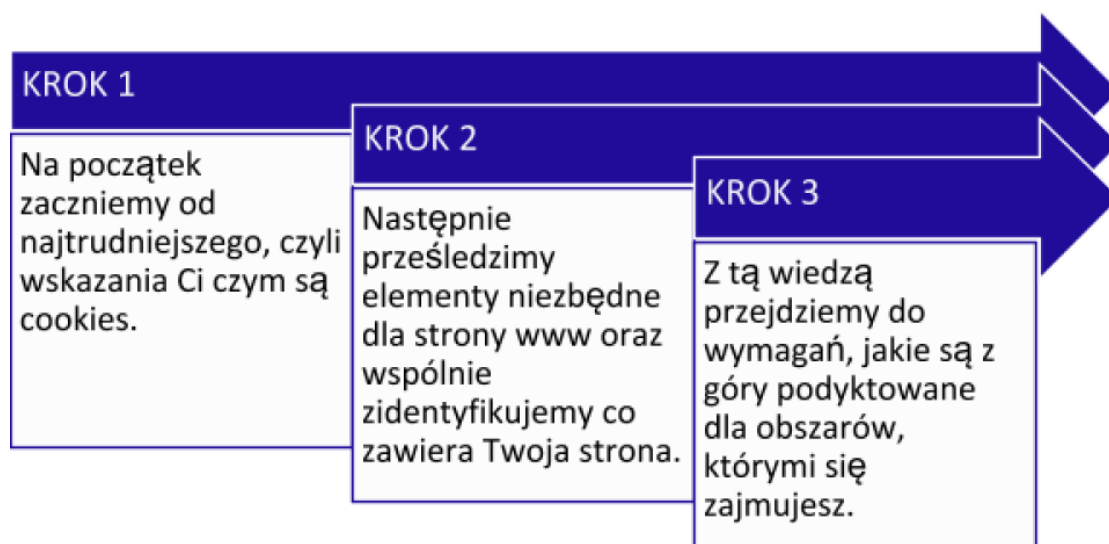
- Bezpieczeństwo,
- Dokumentacja wymagana przepisami prawa,
- Przekazanie użytkownikowi wchodzącemu na stronę informacji wymaganych przepisami prawa,
- Forma przekazania tych informacji i jej poprawność oraz czytelność.

#LEGALNY TIP

Niniejszy audyt zaprojektowałam w ten sposób, abyś na samym początku mógł poznać podstawowe narzędzia i dokumenty prawne wymagane przez prawo, a następnie z tą wiedzą przeszedł do interesującego Cię obszaru: blog, sklep internetowy, strona wizytówka. I tam poprawił, co należy.



PLAN DZIAŁANIA



W ten łatwy sposób dokonasz analizy swojej strony oraz weryfikacji posiadanych dokumentów czy narzędzi.

Na koniec spośród trzech opisanych obszarów działania (STRONA INTERNETOWA-WIZYTÓWKA, SKLEP INTERNETOWY, BLOG) przejdziesz do tego, w którym działasz, podsumujesz swoje obowiązki prawne i dokonasz analizy prawnych aspektów Twojej działalności. Dzięki temu będziesz wiedzieć co masz już zrobione, a co nie i co wymaga poprawy.

Pamiętaj, że najlepiej będzie skorzystać z pomocy informatyka albo supportu IT, ale możesz to też zrobić samodzielnie na początkowym etapie.

Szczególnie, jeśli Twoja strona www nie jest skomplikowaną maszyną czy portalem.



IDENTYFIKACJA CIASTECZEK. CZYM SĄ COOKIES?

Jak wskazuje art. 173 ust. 3 prawa telekomunikacyjnego, jeśli świadczysz usługi drogą elektroniczną to jesteś usługodawcą świadczącym usługi społeczeństwa informacyjnego, dlatego możesz stosować cookies, jeśli spełnisz warunki wyrażone w ustawach i... w tym e-booku.

Brzmi skomplikowanie?

Mówiąc prościej, jeżeli prowadzisz sklep internetowy, blog, czy po prostu stronę www, to w ten sposób udostępniasz innym swoje usługi, z których mogą skorzystać odwiedzając Twoją stronę. Dlatego jesteś usługodawcą. I dlatego też możesz stosować cookies.

A czym są cookies?

Cookies (ciasteczka) to niewielkie informacje tekstowe wysyłane przez serwer, który odwiedza użytkownik i następnie zapisywane na stronie użytkownika, zazwyczaj na twardym dysku jego urządzenia końcowego (czyli tabletu, komputera, smartfona, laptopa), z którego korzysta w celu poruszania się po Internecie.

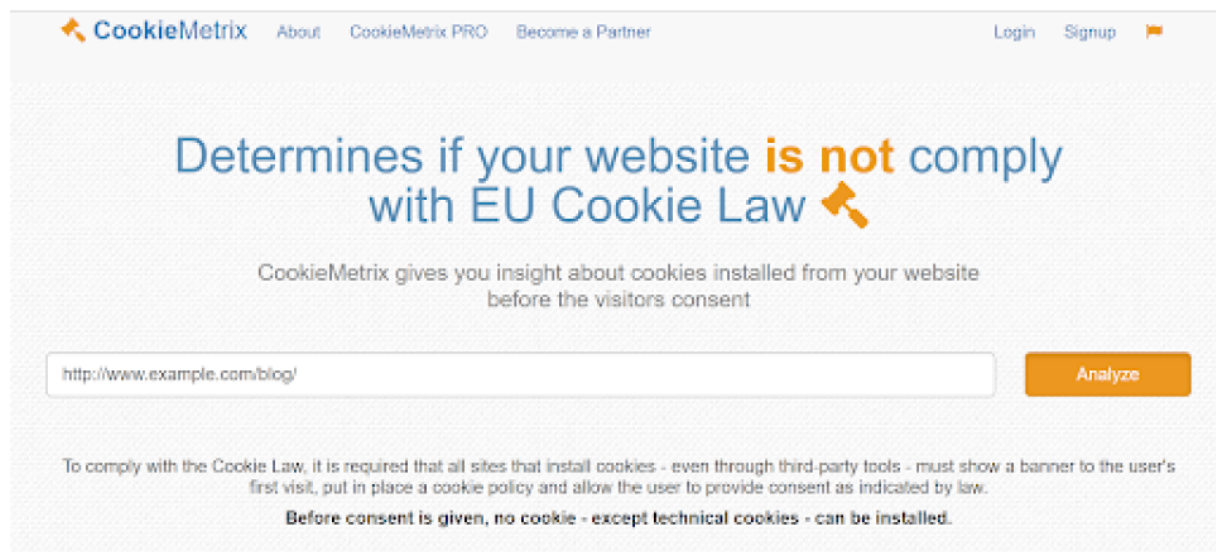
DO CZEGO STOSOWANE SĄ COOKIES?

- Do liczenia odwiedzin stron
- Statystyk
- Do kierowania i dobierania reklam
- Do śledzenia liczby odbiorców
- Usprawniają proces logowania się
- Zapamiętują towary dodane do koszyka
- Pozwalają się połączyć z social mediami
- Usprawniają korzystanie z usług
- Zapamiętują aktywność w Internecie
- Pomagają rozpoznawać preferowane treści

JAK SPRAWDZIĆ, KTÓRE COOKIES SĄ NA MOJEJ STRONIE WWW?

Zrób własną analizę strony www i cookies, np. na stronie:

<https://www.cookieindex.net/>



Analizę cookies można wykonać również na podobnych, bezpłatnych stronach wykrywających cookies. Powyższa strona to tylko przykład.

Analiza wykonywana w tych darmowych narzędziach nie jest analizą wykonywaną przez informatyka ani profesjonalny podmiot IT, dlatego wszystko filtruj i sprawdzaj samodzielnie lub z pomocą takich podmiotów.

Jeśli nadal nie czujesz się komfortowo, sprawdzając to samodzielnie, zalecam, aby skontaktować się z osobą odpowiedzialną za stworzenie strony internetowej i zaaplikowanie w niej niezbędnych narzędzi (webmaster, informatyk).

ZADANIE DLA CIEBIE

Dokonaj analizy na powyżej wskazanej stronie, a następnie wypisz w poniższej tabeli, jakie cookies występują u Ciebie.

```
graph TD; A[Cookie] --> B[Cookies własne]; A --> C[Cookies pomiotów trzecich];
```

The diagram illustrates the classification of cookies. It starts with a central node labeled 'Cookie' in a light blue box. Two arrows point from this node to two separate light red boxes. The left box is titled 'Cookies własne' (Own cookies) and the right box is titled 'Cookies pomiotów trzecich' (Third-party cookies). Each box contains a horizontal line, suggesting a list of specific cookies, but the content is currently blank.

KOMUNIKAT O COOKIES

Na Twojej stronie www, albo blogu czy sklepie, a także na każdej innej stronie (np. stronie ładowania w odrębnej domenie) powinien pokazywać się baner informujący o cookies.

Wymaga on *kliknięcia zgody* na zainstalowanie cookies na urządzeniu końcowym Użytkownika wchodzącego na Twoją stronę internetową.

Jest to wymagane przepisami prawnymi oraz wskazywane w wyrokach Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej, dlatego nie możesz pominąć tego elementu!

Czy Twoja strona informuje o cookies?

- ☐ tak
- ☐ nie

Czy strona nakazuje wyrażenie zgody na cookies?

- ☐ tak
- ☐ nie

Czy zastosowana przez Ciebie wtyczka blokuje instalację cookies do momentu wyrażenia zgody przez Użytkownika?

- ☐ tak
- ☐ nie
- ☐ nie wiem

ZALECENIA

1. Należy zastosować wtyczkę do komunikatu cookies, która blokuje cookies do momentu wyrażenia na nie zgody przez użytkownika strony, który wchodzi na nią po raz pierwszy.
2. Jeżeli nie wiesz, czy Twoja wtyczka rzeczywiście blokuje cookies – dopytaj specjalistę IT lub dopytaj jak sprawdzić to samodzielnie.
3. Należy zastosować komunikat na każdej subdomenie albo odrębnej stronie serwisu/strony.
4. Po pojawieniu się komunikatu o cookies użytkownik powinien kliknąć w przycisk o treści typu “akceptuję”, “wyrażam zgodę”, itp.

PRZYKŁADOWY WZÓR KOMUNIKATU

Ta strona wykorzystuje pliki cookies jak każda inna strona. Więcej na ten temat przeczytasz w [Polityce prywatności i plików cookies](#) [aktywny link]. Wchodząc na stronę wyrażasz na nie zgodę według ustawień Twojej przeglądarki. Możesz je w każdej chwili zmienić, a jeśli tego nie zrobisz przeglądanie strony nastąpi z wykorzystaniem tych plików.

Ustawienia

ZGADZAM SIĘ

W „Ustawieniach” – możliwość zmiany ustawień cookies
„ZGADZAM SIĘ” – przycisk, który należy kliknąć, aby komunikat zniknął, wyrażenie zgody na instalację.

ZADANIE DLA CIEBIE

1. WŁASNA TREŚĆ KOMUNIKATU

Sformułuj poniżej własną treść komunikatu oraz zgody na pozostawianie cookies w urządzeniach osoby wchodzącej na Twoją stronę www.

TREŚĆ GŁÓWNA (komunikat/zgoda):

.....

.....

.....

.....

TREŚĆ PRZYCISKÓW:

.....

.....

.....

.....

2. RESEARCH WTYCZEK

Zrób research wtyczek umożliwiających umieszczenie banerów na Twojej stronie www. Sprawdź czy te wtyczki rzeczywiście blokują cookies przed wyrażeniem zgody przez Użytkownika (przed kliknięciem w przycisk „zgoda” albo inny podobny).

Znalezione wtyczki do cookies (nazwa + link):

.....

.....

.....

.....

PRZYKŁAD WYGLĄDU WTYCZKI



#LEGALNY TIP

Jak sprawdzić wygląd Twojej wtyczki?

Otwórz swoją stronę internetową albo blog w karcie incognito (prawym przyciskiem myszy kliknij w ikonkę Chrome, a następnie w „Nowe okno incognito”).

3. WYBÓR WTYCZKI

Wybieram i instaluję wtyczkę:

Nazwa wtyczki:

.....

Link do pobrania wtyczki:

.....

Kontakt do osoby, która pomoże w instalacji wtyczki (np. wirtualna asystentka, specjalista od Wordpressa):

.....

Wiesz już czym są ciasteczka i w jaki sposób poruszać się w ich obszarze. Teraz prześledźmy kolejne obszary Twojej strony www.

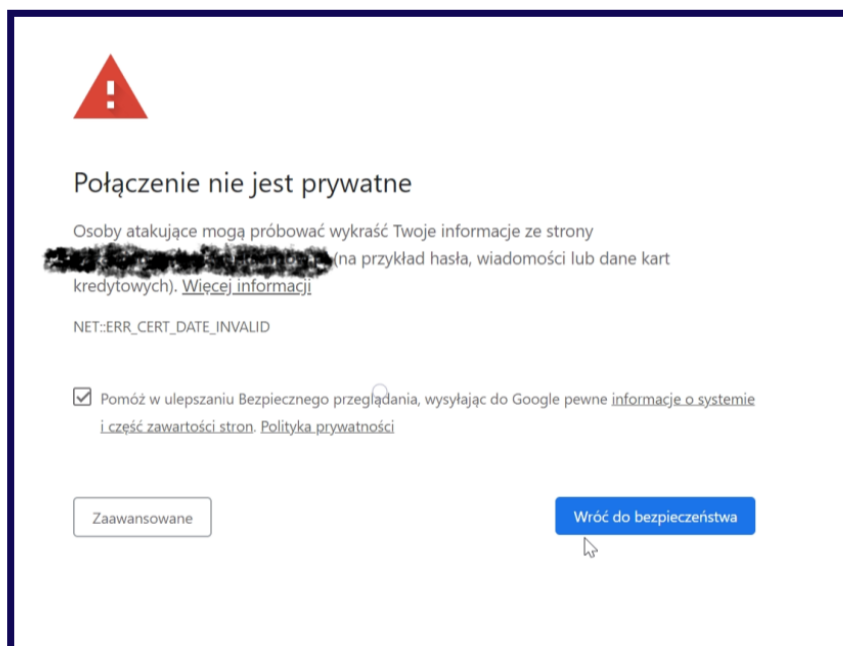


ZABEZPIECZENIA – KILKA SŁÓW O SSL

ZALETY CERTYFIKATU SSL

- Certyfikat SSL ma na celu przede wszystkim zabezpieczyć Twoją stronę www, sklep lub blog.
- Dzięki niemu dane są szyfrowane, co zapobiega ich wykradnięciu.
- Jest to podstawa, szczególnie jeśli prowadzisz sklep internetowy.
- Strony z certyfikatem SSL są lepiej pozycjonowane i przede wszystkim, nie są blokowane przez Google!

Jeśli Twoja strona nie posiada certyfikatu SSL, może okazać się, że użytkownik, który próbuje na nią wejść, widzi taki komunikat:



A na pasku wyszukiwarki pojawia się taka informacja:



Zakładam, że tego nie chcesz. Zaufanie potencjalnego użytkownika w tym wypadku znacznie spada i może się okazać, że po prostu zrezygnuje z odwiedzenia Twojej strony internetowej!

A już z pewnością, poważnie zastanowi się, czy nie zrezygnować z Twoich usług!

ZADANIE DLA CIEBIE

Sprawdź teraz swoją stronę internetową i zaznacz:

Na pasku wyszukiwarki widzę ikonkę kłódki:

☐

tak

☐

nie (☐ nie posiadasz SSL)

Na pasku wyszukiwarki znajduje się napis :

☐

Zabezpieczona (☐ posiadasz SSL)

☐

Niezabezpieczona (☐ nie posiadasz SSL)

Mój hostingodawca to (wpisz nazwę i umieść link do strony, przeszukując oferty z SSL najpierw u Twojego dotychczasowego hostingodawcy):

Nazwa:

.....

Link:

.....

SSL, który chcę kupić:

Nazwa hostingodawcy:

.....

Link:

.....

#LEGALNY TIP

U niektórych hostingodawców SSL jest bezpłatny.
Sprawdź to oraz pozostałe warunki zanim zdecydujesz się za niego zapłacić!



PRAWA I OBOWIĄZKI UŻYTKOWNIKA NA STRONIE WWW – CZYLI JAK MU TO PRZEKAZAĆ?

Zanim przejdziemy dalej, dokonajmy szybkiej analizy Twojej strony. Może się okazać, że brakuje podstawowych elementów. Cookies i Certyfikat SSL już znasz. Pozostałe obszary poznasz za chwilę.

Za pomocą poniższej listy zaznacz to, czego nie posiadasz na stronie:

- ☐ Brak polityki prywatności
- ☐ Brak klauzul informacyjnych pod formularzami zapisu (albo odestania do polityki prywatności)
- ☐ Brak stosownego komunikatu pod możliwością zostawienia komentarzy na blogu
- ☐ Brak checkboxów i zgód w miejscach pobierania danych osobowych
- ☐ Brak regulaminu określonych usług lub regulaminu sprzedaży
- ☐ Brak certyfikatu SSL – ochrona przez niebezpieczeństwem

Wiedząc, że nie posiadasz lub też nie mając pewności czy posiadasz wszystkie niezbędne elementy na swojej stronie, przejdź dalej, aby sprawdzić, co kryje się w danym obszarze.

ZGODY I CHECKBOXY

Zgody i checkboxy spędzają sen z powiek wielu przedsiębiorcom i osobom działającym w Internecie!

Ale tak wcale nie musi być. Jeżeli do tej pory miałeś problem ze zidentyfikowaniem jakie zgody i checkboxy powinny znaleźć się na Twojej www, poniżej znajdziesz ich listę. To na pewno ułatwi Ci dalszą analizę a także usprawnienie Twojej strony.

Zgody, które mogą okazać się konieczne w Twoim biznesie (i na stronie):

- ☐ Zgoda na wysyłkę newslettera. Więcej w tym temacie znajdziesz [TUTAJ >>>](#)
- ☐ Zgoda na wysyłkę ofert handlowych i marketingowych drogą elektroniczną (Twoich i partnerów),
- ☐ Zgoda na wysyłkę ofert handlowych i marketingowych poprzez sms/mms (Twoich i partnerów),
- ☐ Zgoda na przekazywanie danych partnerom, ewentualnie sprzedaż danych,
- ☐ Zgoda na powiadomienia web push,
- ☐ Zgoda na cookies (o tym pisałam powyżej),

- ☐ Zgoda z akceptacją regulaminu i polityki prywatności w sklepie internetowym,
- ☐ Zgoda na dostarczenie treści cyfrowych i rezygnacja z prawa do odstąpienia od umowy,
- ☐ Zgoda na pozostawienie opinii w innym serwisie np. Ceneo, Opineo, itp.
- ☐ Zgoda na profilowanie,
- ☐ Zgoda na utrwalanie i rozpowszechnianie wizerunku.

Zgody powinny zawierać odpowiednie cechy, czy elementy, aby były zgodne z przepisami. Więcej w tym temacie przeczytasz na blogu w tym artykule [KLIKNIJ >>>](#)

KLAUZULE INFORMACYJNE – RODO NA STRONIE

Kolejna kwestia, o której musisz pamiętać to klauzule informacyjne. Sprawdź ich definicje, a także moje wskazówki, które ułatwią Ci kolejne poprawki i ulepszenia.

Klauzule informacyjne to temat związany z RODO. Ale nie tylko. Polskie przepisy prawa, np. ustawa o ochronie danych osobowych (nowa ustawa, a nie ta z 1997 r.!) również wymagają określonych zachowań. I nakładają obowiązki.

O czym powinniście pamiętać?

- Wszędzie tam, gdzie pobierasz dane osobowe należy poinformować o tym, co się z nimi dzieje,
- Można to robić w formie checkboxa lub stosownej informacji (komunikatu) np. pod formularzem kontaktowym na stronie,
- Zawsze linkuj do swojej polityki prywatności, która jest Twoim centrum dowodzenia, jeśli chodzi o ochronę danych osobowych użytkowników,
- Unikaj nadmiaru zgód jak w przykładzie poniżej. Czasami więcej wcale nie znaczy lepiej.

The screenshot shows a contact form titled "Kontakt". It has fields for "Imię" (Name) and "Email", both marked with an asterisk. Below these is a large text area for "Treść wiadomości" (Message content). At the bottom, there are two checkboxes for consent. The first checkbox is checked and has a red box around it; its text refers to the GDPR (Dz.U. z 2014 r. poz. 1182) and mentions "Salon". The second checkbox is unchecked and also has a red box around it; its text refers to the GDPR (Dz.U. z 2016 r. poz. 195) and also mentions "Salon". Red arrows point to the word "Salon" in both checkboxes. A "Wyślij" (Send) button is at the bottom right.

Jakie błędy wyłapateś? Oto odpowiedzi:

- Dzienniki ustaw, których nikt nie rozumie i nie wie do jakiej ustawy prowadzą (przecież nikt tego nie będzie sprawdzał!) – klauzula ma być zrozumiała,
- „Salon” jako administrator – przecież administratorem jest konkretny podmiot np. osoba prowadząca jednoosobową działalność gospodarczą, spółka, itd.,
- Dwa razy praktycznie ta sama treść i cel zgód,
- Brak odwołania do aktywnego linku polityki prywatności,
- Brak wszystkich informacji, które powinny być przekazane na tym etapie (reszta powinna znaleźć się w polityce prywatności).

#LEGALNY TIP

Więcej o błędach na stronach internetowych i o tym, jak ich uniknąć znajdziesz w zapisie mojego webinaru „7 błędów na stronie www, których musisz uniknąć, żeby była zgodna z prawem”.

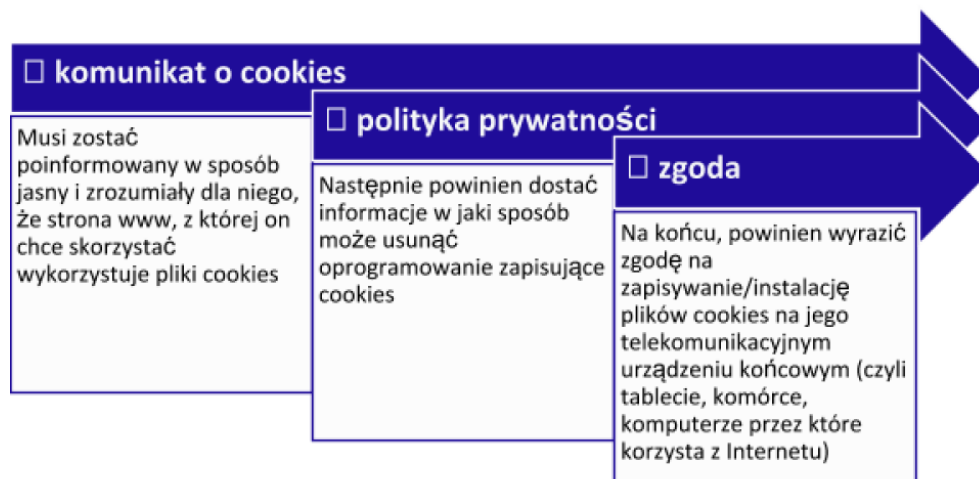
Webinar wraz z dużą ilością przykładów i praktycznymi rozwiązaniami znajdziesz pod tym linkiem [KLIKNIJ>>>](#)



POLITYKA PRYWATNOŚCI

Ustugobiorca/klient/Użytkownik strony przed rozpoczęciem korzystania z usługi (czyli również strony www) powinien otrzymać pewne informacje. Jakież?

Spójrz na poniższy schemat.



Zgodnie z RODO, użytkownik powinien zostać poinformowany o jego prawach i obowiązkach przez administratora danych, zanim te dane zostaną zebrane (art. 13 lub art. 14 RODO – obowiązek informacyjny). A te wszystkie prawa i obowiązki, powinny zostać ujęte we wspomnianej polityce prywatności.

To informacje dla użytkownika Twojej strony. Dzięki temu wie, co się dzieje z jego danymi osobowymi, kiedy odwiedza Twoje miejsce w sieci. Wie także jaki użytek może zrobić ze swoich praw.

#LEGALNY TIP

Pamiętaj, że polityka prywatności powinna być dostępna w widocznym dla użytkownika miejscu, tak aby bez problemu mógł się z nią zapoznać. Najlepiej umieszczaj ją zawsze w dolnym pasku strony.

JAKIE ELEMENTY MUSI ZAWIERAĆ POLITYKA PRYWATNOŚCI?

- informacje o ochronie danych osobowych,
- informacje dotyczące powierzenia przetwarzania danych osobowych i praw użytkowników odwiedzających stronę,
- informacje o formularzach stosowanych na stronie,
- informacje o wysyłce newslettera,
- informacje o komentarzach,
- informacje o technologiach jakie stosujesz,
- politykę plików cookies.

Na co jeszcze musisz zwrócić uwagę pisząc politykę prywatności?

Na zlokalizowanie miejsc, w których dane użytkowników są przetwarzane.

Nie wiesz jak?

Pomoże Ci w tym poniższa checklista, dzięki której dokonasz analizy swojej strony pod kątem obszarów przetwarzania danych osobowych.

T oczywiście przykładowe formularze.

Zaznacz, jeśli u Ciebie występują, bo to oznacza, że należy je uwzględnić chociażby w polityce prywatności:

Checklista

- Formularz kontaktowy
- Formularz – zapraszający na spotkanie
- Formularz zapytania o usługę i wycenę
- Formularz umożliwiający pozostawienie komentarzy pod wpisem blogowym
- Formularz zapisu na newsletter
- Wtyczka/ narzędzie – np. Disqus - komentarze na blogu
- Wtyczka/narzędzie – do pozostawienia numeru telefonu
- Wtyczka/narzędzie – w celu pozostawienia wiadomości

Już teraz chyba rozumiesz dlaczego we wcześniejszych rozdziałach, tłumaczyłam Ci i pokazywałam najważniejsze elementy, jakie składają się na politykę prywatności.

Moim celem było przedstawienie Ci najważniejszych prawnych aspektów związanych z tym tematem, w sposób jasny i zrozumiały.

Jeżeli mimo wszystko, martwisz się czy poradzisz sobie z przygotowaniem tych dokumentów, skorzystaj z gotowego pakietu dokumentów Legalny e-sklep – wzory dokumentów z instrukcjami, który zawiera wzór polityki prywatności, regulaminu, checkboxów do sklepu i newslettera oraz poradniki z innych, istotnych obszarów (np. jak wdrożyć RODO w kilku krokach).

Wszystkie te produkty znajdziesz [>>> TUTAJ <<<](#)



STRONA WIZYTÓWKA

Audyt biznesu online pokazuje trochę więcej elementów, które łączą się ze stroną. Po analizie strony www przejdź do poniższej checklisty, która pomoże Ci zwrócić uwagę na inne elementy ważne w Twoim biznesie czy na "zwykłej" stronie wizytówce.

Pomogą one Cię zabezpieczyć i działać zgodnie z prawem. Celem tego poradnika jest pokazanie Ci, co jeszcze możesz sprawdzić, żeby działać legalnie w Internecie (i poza nim).

Poniższe pytania mają na celu zwrócenie Twojej uwagi na pozostałe kwestie.

W tym e-booku nie będę ich szczegółowo omawiać, ale sporo z tych informacji znajdziesz u mnie na blogu legalnybiznesonline.pl lub w moich kursach online.

Czy poprawnie używam oznaczeń © i ®?

☐ tak

☐ nie

Czy korzystam z darmowych banków zdjęć?

☐ tak

☐ nie

Czy poprawnie oznaczam licencję zdjęć, z których korzystam?

☐ tak

☐ nie

Czy zwracam uwagę, że na zdjęciach, których używam jest wizerunek różnych osób?

☐ tak

☐ nie

Czy posiadam zgody na publikację wizerunku tych osób?

☐ tak

☐ nie

Czy korzystam ze zdjęć i opracowań innych osób do stworzenia własnego dzieła?

☐ tak

☐ nie

Czy uzyskałem zgody na umieszczenie logo partnerów i klientów na mojej stronie www (e-mail/ umowa/ ustnie)?

☐ tak

☐ nie

Opinie klientów oraz zgoda na rozpowszechnianie wizerunku – czy zdjęcia na stronie są autentyczne i czy klienci wyrazili zgodę na ich publikację?

☐ tak

☐ nie

Czy zawarłem umowę powierzenia danych z informatykiem/webmasterem/ dostawcą newslettera?

☐ tak

☐ nie [nie zawarłem umowy z :.....]

Czy zbieram zgody na wysyłanie ofert handlowych?

☐ tak

☐ nie

Czy zbieram zgodę na wysyłanie newslettera?

☐ tak

☐ nie

DOKUMENTY NA STRONIE WWW

Podstawowe dokumenty jakie potrzebujesz na Twojej stronie www, zostały już częściowo wymienione w treści tego audytu.

Należą do nich:

- Polityka prywatności – to podstawa! Więcej znajdziesz [TUTAJ](#)>>>
A gotowy wzór znajdziesz [TUTAJ](#).
- Regulamin sprzedaży,
- Komunikat ze zgodą na cookies.

ZALECENIA MINIMUM DLA STRONY WIZYTÓWKI

- sprawdzenie wymienionych w niniejszym audycie obszarów oraz dokumentacji,
- wykupienie certyfikatu SSL dla lepszej ochrony i pozycjonowania strony www,
- umieszczenie treści obowiązku informacyjnego pod miejscami zbierania danych, również w e-mailu (treść w stopce lub link odsyłający),
- stworzenie odpowiednich checkboxów lub komunikatów,
- wprowadzenie wersji dokumentów również w języku angielskim (na angielskiej wersji strony, jeśli taka istnieje).



SPRZEDAJESZ W SIECI? MASZ SKLEP INTERNETOWY?

SPRAWDŹ NA CO MUSISZ ZWRÓCIĆ UWAGĘ!

Prowadzenie sklepu internetowego, to nie tylko liczenie zysków i uzupełnianie stanów magazynowych, ale także obowiązki prawne. O większości z nich przeczytałeś już wcześniej.

Wiesz już o czym musisz pamiętać mając stronę internetową. Te obszary są także związane z prowadzeniem sklepu internetowego, bo przecież funkcjonuje on na Twojej stronie internetowej.

Teraz chcę zwrócić Ci uwagę na kluczowy obowiązek w prowadzeniu sklepu internetowego. Jest nim regulamin sprzedaży.

REGULAMIN SPRZEDAŻY SKLEPU INTERNETOWEGO

Podstawą jest regulamin sprzedaży. Bez tego nie ma mowy o legalnej sprzedaży w sieci. Obowiązek ten wynika z przepisów prawa, m.in. z ustawy o prawach konsumenta czy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Zgodnie z nimi, kupujący przed zakupem ma prawo zapoznać się ze specyfiką Twoich produktów czy też możliwościami wysyłki a także zwrotów czy reklamacji.

Co powinien zawierać? Na to pytanie odpowie Ci poniższa checklista, dzięki której szybko sprawdzisz czy w swoim regulaminie zawarłeś obowiązkowe minimum.

- PRZEJRZYSTA ŚCIEŻKA ZAKUPÓW
- WYLICZENIE METOD PŁATNOŚCI ORAZ DOSTAWY,
- WYMAGANIA TECHNICZNE ZWIĄZANE Z KORZYSTANIEM ZE SKLEPU,
- OPIS PROCESU SKŁADANIA REKLAMACJI W SKLEPIE,
- INFORMACJE DOTYCZĄCE MOŻLIWOŚCI ODSĄPIENIA OD UMOWY,
- KLAUZULE INFORMACYJNE ZWIĄZANE Z PRZETWARZANIEM DANYCH OSOBOWYCH,
- WSKAZANIE SĄDU, KTÓRY ROZPATRZY EWENTUALNY SPÓR NA LINII SPRZEDAWCA-KLIENT.

Ale to tylko niektóre z najważniejszych punktów, jakie powinien zawierać legalny regulamin sprzedaży.

Musisz pamiętać, że od specyfiki Twoich produktów, będzie zależeć to, co jeszcze będzie musiał zawierać ten regulamin – na przykład postanowienia dotyczące rękojmi.

CHECKBOXY

O tym, czym są checkboxy, mówiłam Ci już wcześniej. Teraz czas na praktykę.

Czy Twoi klienci dokonując zakupu w Twoim sklepie, mają „szansę” zapoznać się z regulaminem?
Czy wymagasz od nich zaznaczenia odpowiedniego checkboxa na dowód zapoznania się z treścią regulaminu?

To wszystko jest bardzo ważne!

#LEGALNY TIP

To czy klient przeczyta regulamin, to już jego sprawa, ale na Tobie ciąży obowiązek wskazania mu tego regulaminu, tak aby miał możliwość zapoznania się z nim.

ZALECENIA MINIMUM DLA SKLEPU INTERNETOWEGO

- sprawdzenie wymienionych w niniejszym audycie obszarów oraz dokumentacji,
- posiadanie polityki prywatności
- wykupienie certyfikatu SSL dla lepszej ochrony i pozycjonowania strony www,
- umieszczenie treści obowiązku informacyjnego pod miejscami zbierania danych, również w e-mailu (w stopce treść lub link odsyłający),
- stworzenie odpowiednich checkboxów lub komunikatów, posiadanie regulaminu sprzedaży sklepu internetowego.

Jeżeli mimo wszystko, nie wiesz jak „zabrać się” za pisanie regulaminu albo chętnie oddasz ten obszar w fachowe ręce, skorzystaj z gotowych wzorów przygotowanych przeze mnie!

Dzięki moim komentarzom i wskazówkom, poczujesz się jakbym siedziała obok i razem z Tobą przygotowywała Twój regulamin!

Regulamin sprzedaży [WZÓR] znajdziesz [TUTAJ](#).

Pakiet Legalny e-Sklep znajdziesz [TUTAJ](#).



PROWADZISZ BLOG? OTO TWOJE OBOWIĄZKI PRAWNE

Jeżeli jesteś blogerem i myślisz, że wszystkie prawne aspekty Cię ominą, bo przecież nic nie sprzedajesz, czy też nic nie oferujesz, to jesteś w błędzie!

Twój blog, Twoja strona www, jest miejscem, w którym również przetwarzane są dane osobowe.

Jeżeli umieszczasz formularz do kontaktu czy nawet do zapisu na newsletter, to Twoja lista obowiązków prawnych się powiększa.

Internet nie jest beztroskim miejscem, w którym bez żadnych obowiązków umieszczasz swoje treści. Za każdą Twoją decyzją dotyczącą bloga, muszą iść przemyślenia związane z obowiązkami prawnymi. Nie jesteś bowiem anonimowy w Internecie i nie prowadzisz bloga w czysto osobistym, prywatnym celu.

Prześledźmy w takim razie Twojego bloga.

Wszystkie niżej wymienione obszary omówiliśmy wcześniej, więc jeżeli nie będziesz mieć pewności, o co Cię pytam w poniższej checkliście, cofnij się do wybranego rozdziału.

Poniżej znajdziesz listę działań, które mogą ale nie muszą dotyczyć Twojej działalności.

- ☐ FORMULARZ KONTAKTOWY
- ☐ FORMULARZ UMOŻLIWIAJĄCY POZOSTAWIENIE KOMENTARZY POD WPISEM BLOGOWYM
- ☐ FORMULARZ ZAPISU NA NEWSLETTER
- ☐ WTYCZKA/NARZĘDZIE - KOMENTARZE NA BLOGU

Wszystko to, co zaznaczyłeś ma związek z zostawianiem przez użytkownika swoich danych osobowych.

I to powinno znaleźć się polityce prywatności, o której mówiliśmy wcześniej. W tym miejscu przyda Ci się także wiedza, dotycząca strony internetowej - wizytówki, w której zwracałam Twoją uwagę na podstawowe prawne aspekty.

A blog, jak wiadomo, znajduje się na stronie internetowej.

PRAWA AUTORSKIE NA TWOIM BLOGU

Prowadząc blog być może będziesz wrzucać wykonane przez siebie zdjęcia czy napisane teksty. Zapewne będzie zależało Ci na tym, aby nikt bez odpowiedniej zgody czy oznaczenia Ciebie jako autora, nie użył bezprawnie Twoich treści.

Takie elementy również powinny znaleźć się w polityce prywatności, ale także w odpowiednim komunikacie na Twojej stronie.

Oczywiście Twoja prawa autorskie są chronione ustawą, jednak zawsze warto je podkreślić. Sporo ludzi często nieświadomie narusza prawa autorskie twórców.

Trzeba jednak pamiętać, że nieznanie prawa szkodzi i to nie jest żadne usprawiedliwienie.

#LEGALNY TIP

Sam również uważaj na to, aby nie naruszyć praw autorskich innych twórców. Oznaczaj ich i proś o zgodę w celu użycia ich twórczości. Jeśli korzystasz z darmowych banków zdjęć, oznaczaj te zdjęcia prawidłowo!

ZALECENIA MINIMUM DLA SKLEPU INTERNETOWEGO

- sprawdzenie wymienionych w niniejszym audycie obszarów oraz dokumentacji,
- posiadanie polityki prywatności,
- wykupienie certyfikatu SSL dla lepszej ochrony i pozycjonowania strony www,
- umieszczenie treści obowiązku informacyjnego pod miejscami zbierania danych, również w e-mailu (treść w stopce lub link odsyłający),
- stworzenie odpowiednich checkboxów lub komunikatów,
- zadbanie o ochronę praw autorskich – swoich i innych twórców,
- prawidłowe używanie bezpłatnych zdjęć – licencje Creative Commons.



Mam nadzieję, że ten audyt był dla Ciebie przydatny! Że wiesz już, co i gdzie sprawdzić, a następnie, co zmienić na Twojej stronie www.

Wierzę, że dzięki tym wskazówkom będziesz działać legalnie i pewnie w Internecie.

MOJA MISJA

Moją misją jest pomagać przedsiębiorcom sprzedawać legalnie w Internecie, podpisywać skuteczne umowy i sprawnie wdrożyć RODO w ich firmach, nawet jeśli nie mają dużego budżetu na profesjonalną pomoc radcy prawnego, poprzez dostarczanie im konkretnych narzędzi online w postaci kursów online, webinarów, czy wzorów dokumentów.

Tę misję realizuję też m.in. poprzez ten bezpłatny audyt biznesu online. Poprzez wskazówki, które mam nadzieję staną się początkiem wprowadzania w Twój biznes czy działalności internetowej legalnych zmian.

Zapraszam do miejsc, w których dzielę się wiedzą.

GRUPA NA FACEBOOKU

Pamiętaj o tym także, żeby dołączyć do grupy na Facebooku [#Legalny Biznes Online](#). W grupie robię bezpłatne audyty biznesów online stron www członków grupy - NA ŻYWO! Ciągłe są tam dostępne.

FANPAGE I KANAŁ NA YOU TUBE

Zachęcam Cię również do obserwowania mojego fanpage [Ilona Przetacznik #Legalny Biznes Online](#) oraz subskrybowania [kanału na You Tube](#).

Będzie mi bardzo miło!

OPINIA

Jeśli ten audyt był dla Ciebie pomocny, proszę zostaw opinię na moim fanpage w zakładce [Recenzje](#). To bardzo ważne, bo pokaże mi, że warto tworzyć więcej takich bezpłatnych materiałów.

Wszystkiego Legalnego!

Ilona Przetacznik, Radca Prawny

legalnybiznesonline.pl

Jeśli masz pytania – napisz do mnie na kontakt@legalnybiznesonline.pl lub zadaj je na fanpage Ilona Przetacznik – Legalny Biznes Online albo wejdź na stronę <https://legalnybiznesonline.pl/>.

Znajdziesz mnie:



LEGALNY
Biznes Online



KURSY ONLINE I NARZĘDZIA DLA BIZNESÓW ONLINE

KURS #LEGALNA SPRZEDAŻ ONLINE

Jeśli już teraz wiesz, że chciałbyś działać, a przede wszystkim sprzedawać online i robić to legalnie to koniecznie sprawdź mój autorski kurs #LEGALNA SPRZEDAŻ ONLINE.

Krok po kroku zostajesz przeprowadzony przez budowę legalnych podstaw swojego biznesu, wraz ze wzorami dokumentów i tutorialami (formułą #kursowzory)! Otrzymujesz :

- checklisty
- wzory dokumentów
- tutoriale – filmy instruktażowe, jak te dokumenty wypełnić
- moje komentarze
- poradniki
- video

Kurs składa się z 5 modułów i 3 praktycznych bonusów!



Stworzony jest według mojej autorskiej formuły #LSO:



Koniecznie sprawdź, bo to z pewnością coś dla Ciebie
>>>[KLIKNIJ TUTAJ](#)<<<

PAKIET DOKUMENTÓW LEGALNY E-SKLEP

➔ [KLIKNIJ TUTAJ >>>](#)

KURS ONLINE – DOKUMENTY DO WIRTUALNEJ WSPÓŁPRACY

➔ [KLIKNIJ TUTAJ >>>](#)

KURS ONLINE RODO MUST HAVE - #KURSOWZORY SAMODZIELNE
WDROŻENIE

➔ [KLIKNIJ TUTAJ >>>](#)



Ilona Przetacznik

AUTORKA E-BOOKA

Radca prawny, przedsiębiorca, ekspert prawa online, e-commerce, RODO i umów. Inspektor Ochrony Danych Osobowych. Ukończyła studia prawnicze i praktyki w Polsce i we Francji, aplikację radcowską w Krakowie, lean management oraz project management, co pozwala jej tworzyć nieoczywiste rozwiązania prawne.

Autorka kursów online, wyzwań, e-booków i innych produktów elektronicznych, np. kursu online RODO MUST HAVE dla małych firm #kursowzory oraz kursu online #Legalna Sprzedaż Online czy Pakietu dokumentów #Legalny e-sklep.

Prowadzi blog legalnybiznesonline.pl. Pomaga małym i średnim przedsiębiorcom poprzez szkolenia, wdrożenia RODO, sporządzanie umów. Od kilku lat, bez zbędnego "ą - ę", prowadzi prawnicze szkolenia na żywo #LegalnaKawa na swoim fanpage #Legalny Biznes Online oraz przeprowadza bezpłatne autorskie audyty prawne stron www w grupie na Facebooku #Legalny Biznes Online. Rusza z własnym podcastem! Działa pro bono w Fundacji Prawo dla Mam.



Dziękuję

Mam nadzieję, że ten audyt był dla Ciebie przydatny! Że wiesz już, co i gdzie sprawdzić, a następnie, co zmienić na Twojej stronie www, blogu lub sklepie online.

Wierzę, że dzięki tym wskazówkom będziesz działać legalnie i pewnie w Internecie, a Twój biznesonline będzie zyskowny i stabilny!

Kontakt

mail: kontakt@legalnybiznesonline.pl

Znajdziesz mnie:

