


HAVEL & PARTNERS

AKO TRENDY V E-COMMERCE APLIKOVAŤ (S)PRÁVNE

Do štyroch rokov bude každý piaty nákup vykonaný online. Zvýši sa preto dopyt po e-commerce, ale narastú aj s tým spojené právne riziká. Ak nechcete prísť o pätinu trhu, je potrebné prispôbiť svoj biznis novým trendom. Keď to mienite urobiť správne, odporúčame poradiť sa so skúseným právnikom.

Online trhoviská

Podľa štatistik z roku 2022 nakupuje online až sedemdesiatpäť percent Európanov, ktorí majú internet. Tovar však už nestačí online len ponúkať, je nutné optimalizovať spôsob, akým sú produkty ponúkané a aký zážitok z nákupu majú zákazníci. To musíte zladiť s aktuálnymi právnymi požiadavkami a mantinelmi.

V posledných rokoch sa teší čoraz väčšej obľube ponúkanie tovarov viacerých predajcov cez jednu platformu. Predajcom to môže priniesť zvučné miesto pre ponuku tovarov a šetrenie nákladov za vlastný e-shop či marketing. Prevádzkovateľom trhovísk môže

spoločná platforma rozšíriť sortiment produktov, priniesť nových zákazníkov alebo údaje, ktoré môžu využiť aj pre výrobu vlastných produktov.

Podľa Štěpána Štarhu, partnera advokátskej kancelárie HAVEL & PARTNERS, by online trhoviská nemali zabúdať na vhodné nastavenie vzájomných zmluvných podmienok s predávajúcimi, vzájomného vymieňania si údajov či podielu z predaja. „Osobitnú pozornosť treba venovať pripravovanej spotrebiteľskej regulácii, ktorá stanovuje nové povinnosti prevádzkovateľom online trhovísk aj požiadavky na usporiadanie výsledkov vyhľadávania," vysvetľuje advokát.

Spracúvanie osobných údajov zákazníkov a personalizovanie so sebou prinášajú aj riziká porušenia zákona, za ktoré hrozia vysoké sankcie.

ŠTĚPÁN ŠTARHA

Cena na prvom mieste

Podľa najnovších prieskumov je u zákazníkov na prvom mieste stále cena tovaru. Vzhľadom na obľúbené e-commerce zľavové trendy je však potrebné spozornieť. Pripravovaná spotrebiteľská regulácia plánuje sprisniť spôsob uvádzania zliav na tovaroch, okrem zľavenej ceny bude povinné uvádzať aj najnižšiu cenu za posledných tridsať dní pred zľavou a ďalšie informácie. HAVEL & PARTNERS po bohatých skúsenostiach s prispôbovaním obdobných legislatívnych požiadaviek na mieru klientom v Českej republike a iných krajinách Európskej únie odporúča dôsledne si nastaviť interné procesy určovania zliav a akcie plánovať s dostatočným predstihom.

Úskalía personalizovaného obsahu

Jednou z najväčších výhod a rizík e-commerce je prístup k údajom zákazníkov a ich využívanie na ďalšie obchodné účely. Spracúvaním osobných údajov je možné na zákazníkov lepšie cieľiť ďalšie produkty, sledovať ich nákupné návyky a personalizovať im ponuky či zľavy. Štěpán Štarha však zdôrazňuje: „Spracúvanie osobných údajov zákazníkov a personalizovanie so sebou prinášajú aj riziká porušenia zákona, za ktoré hrozia vysoké sankcie." Odporúča venovať pozornosť správne nastaveniu získavania súhlasov, nastaveniu cookies, zasielaniu marketingovej komunikácie a ich pokrytiu v dokumentácii k e-shopu.

havelpartners.sk