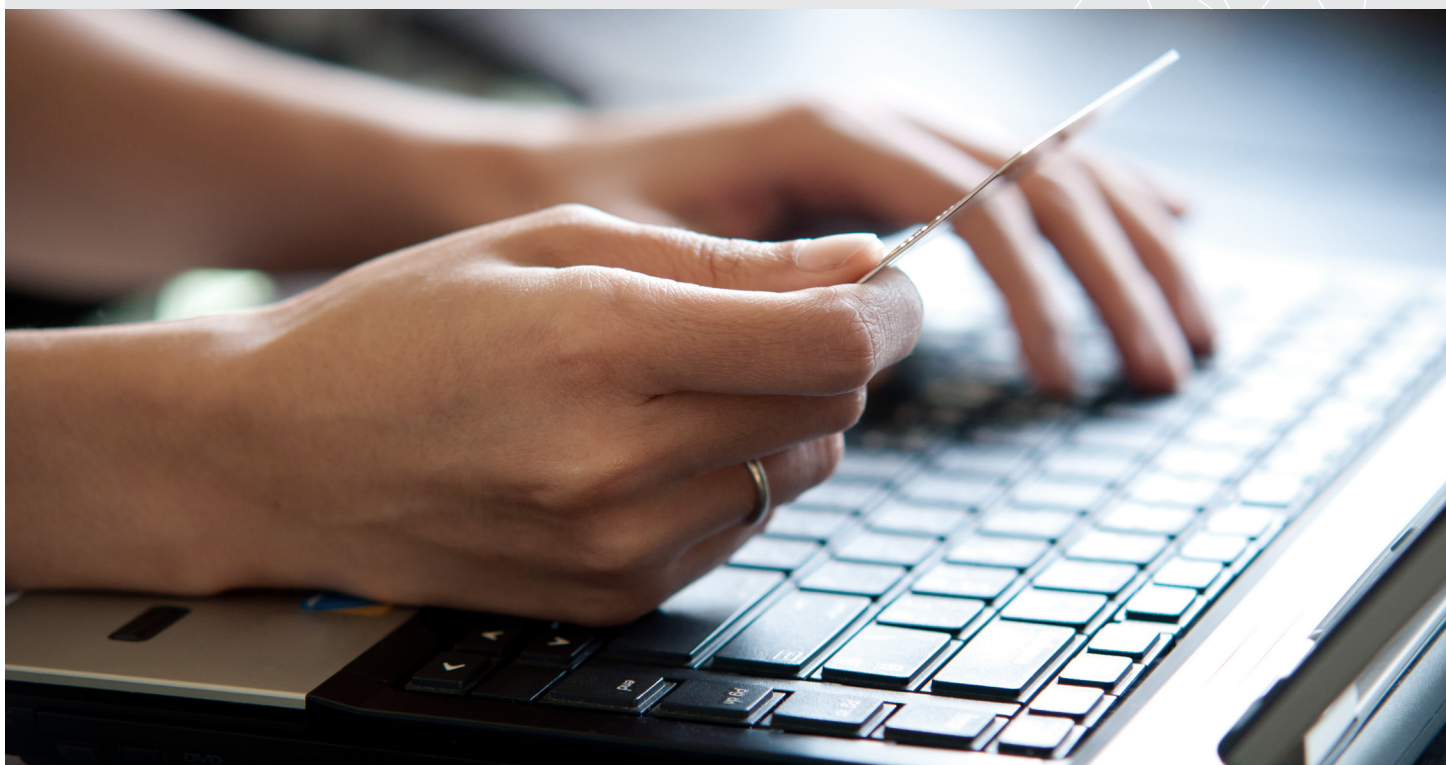


Poradnik e-Commerce dla kupujących



Spis treści

- 03 **Wstęp.** Tomasz Grygieńć, *Superkoszyk.pl*
- 04 **Jak znaleźć produkty w sieci?** Justyna Skorupska, *imerge Sp. z o.o.*
- 06 **Porównaj ceny i produkty!** Piotr Żychliński, *YetiPay*
- 07 **Sprawdź sprzedawcę!** Anna Rak, Julia Mandel, *Trusted Shops*
- 08 **Informacja o cenie musi być przejrzysta!** Jarosław Sokołowski, *NetSolutions.pl*
- 11 **Czas realizacji już nie z fusów.** Michał Kraus, *Empathy Internet Software House*
- 12 **Dbaj o swoje dane osobowe!** Anna Rak, Magdalena Górak, *Trusted Shops*
- 13 **Trzymaj kwity!** Anna Rak, Julia Mandel, *Trusted Shops*
- 14 **Masz prawo odstąpić od umowy!** Anna Rak, Julia Mandel, *Trusted Shops*, Michał Kraus, *Empathy Internet Software House*
- 15 **Sprawdź obsługę klienta!** Tomasz Karwatka, *Divante*
- 16 **Przejrzyj regulamin!** Beata Sitkowska, *imerge Sp. z o.o.*
- 19 **Gdzie szukać opinii o sklepie i którym opiniom ufać?** Dorota Bachman, Tymoteusz Błoński, *E-Commerce Services Sp. z o.o.*
- 20 **Sprawdź rzetelność producenta aplikacji mobilnych oraz ich jakość!** Konrad Telakowiec, *coigdzie.pl*
- 21 **Płać kartą i śpij spokojnie.** Jan Makulec, *PayLane*
- 22 **Zakończenie.** Tomasz Grygieńć, *Superkoszyk.pl*

Przygotowane
przez Grupę Roboczą
e-Commerce działającą
w strukturach IAB Polska

Wstęp



Tomasz Grygień

Współwłaściciel

Superkoszyk.pl

Zaledwie kilkadziesiąt lat wystarczyło, by Internet stał się nie tylko najlepszym sposobem wymiany informacji z ludźmi na całym świecie, ale także najszybciej rozwijającym się kanałem sprzedaży. Dynamika rozwoju e-handlu nie dziwi, ponieważ e-sklepy oferują obecnie nie tylko ogromny wybór produktów oraz możliwość ich dokładnego porównania, ale przede wszystkim niższe ceny. Nie zapominajmy jednak, że sklep to nie witryna, nazwa czy logo. Sklep to przede wszystkim ludzie za nim stojący. Pamiętajmy więc, żeby świadomie wybrać partnera z którym chcemy „dobić targu”.

Oddajemy na Państwa ręce poradnik, w którym specjaliści z poszczególnych zagadnień związanych z handlem internetowym postarali się w krótki i łatwy sposób przybliżyć najważniejsze zagadnienia z nim związane.

Nie kierujemy się wyłącznie najniższą ceną podczas wyboru e-Sklepu, bo liczy się także jego wiarygodność, reputacja oraz jakość oferty i obsługi, którą oferuje.

Pamiętajmy, że przepisy związane ze sprzedażą wysyłkową, chronią nas konsumentów o wiele bardziej niż podczas dokonywania zakupów w normalnych sklepach. Dzięki temu, wbrew powszechnemu przekonaniu, świadome zakupy przez Internet są po prostu bezpieczne.

Jak znaleźć produkty w sieci?



„Im bardziej precyzyjne zadamy pytanie, tym lepszą odpowiedź otrzymamy – trzymając się tej zasady znajdziemy to czego szukamy. Szukając inspiracji, czy pomysłów warto korzystać z odpowiedzi w e-sklepach.”

Justyna Skorupska

Prezes Zarządu imerge Sp. z o.o., Country Director FACT - Finder Partner Polska

Żyjemy w czasach, gdzie prawie wszyscy mają dostęp do Sieci: „cudownego” narzędzia do nauki, nawiązywania kontaktów, czy robienia zakupów bez dźwigania. Wszystko byłoby piękne, gdyby nie było takie skomplikowane. Dla każdego z nas „oczywistym” wyborem jest rozpoczynanie poszukiwań w Sieci przez wyszukiwarkę (najczęściej Google).

- Wpisujemy jakieś zapytanie i dostajemy całe tony wyników i niekoniecznie odpowiadają one temu o co tak naprawdę nam chodzi. Najważniejsze w kontekście poszukiwania produktów to wpisywanie zapytania jak najbardziej szczegółowo opisującego dany produkt. Najbardziej wiarygodne wyniki są zazwyczaj pod pierwszymi linkami. Wchodząc na daną stronę, trafimy od razu na stronę danego produktu, bądź na stronę kategorii, albo do serwisu teoretycznie nie związanego z tym co nas interesuje. Warto zagłębić się w poszukiwania bezpośrednio w danym serwisie skoro już na niego trafiliśmy i ponownie wpisać w okno wyszukiwania w e-sklepie, czy też w portalu z katalogiem usług, to samo zapytanie. Można też kierować się nawigacją lub podpowiedziami.

Często jest tak, że mamy swoje ulubione sklepy, bądź takie, które polecali nasi znajomi. Czasem jest też tak, że wpadnie nam w oko jakiś produkt, który chcielibyśmy kupić za pośrednictwem internetu. Niestety, zdarza się, że trudno znaleźć w Sieci producenta rzeczy której szukamy – nawet już w ramach e-sklepu poszukiwania mogą być bardzo czasochłonne. Na szczęście coraz więcej sklepów internetowych oferuje nam wiele funkcjonalności wyszukiwania: nawigacja, wyszukiwarki produktów, sortowanie według ceny, materiału wykonania, itp.

W dobrych e-sklepach zawsze dostaniemy odpowiedź na nasze zapytanie tak jak w wyszukiwarce. Przykładowo w e-sklepie z ubraniami szukamy „kurtka dla nastolatka” w odpowiedzi powinniśmy otrzymać listę wyników z kurtkami, kolejnym krokiem jest tzw. zawężanie tej listy wyników poprzez używanie filtrów jakie dany sklep nam proponuje i wybieramy z dostępnej listy filtrów np. kolor, rozmiar, markę, dzięki czemu otrzymamy w efekcie kilka propozycji będących w ofercie sklepu najbardziej dopasowanych do naszego zapytania.

Niezależnie od tego, czy popełniliśmy jakieś błędy w trakcie wpisywania zapytań w okno wyszukiwarki, już na poziomie wprowadzania hasła dostaniemy podpowiedzi proponowanych produktów, dziś każdy e-sklep powinien starać się „domyślić” o co nam chodzi, podobnie jak w klasycznym sklepie, w którym sprzedawca stara się rozpoznać potrzeby i preferencje klienta.



Bardzo funkcjonalnym narzędziem jakie możemy w niektórych e-sklepach spotkać jest dynamiczna nawigacja, gdzie po wpisaniu zapytania i w zależności od jego treści otrzymamy podpowiedzi różnych kategorii, czy zestaw filtrów, przez co serwis, właściwie prowadzi nas za rękę do odpowiedniej „półki” całkiem jak sprzedawca w rzeczywistym sklepie. Chcielibyśmy, żeby tak było we wszystkich e-sklepach, prawda :)?

Cóż z tego, że dostajemy dziesiątki, setki linków do różnych stron, jak właściwie zawsze najpierw zastanawiamy się nad tym, jak „zapytać” Googla, żeby dał nam właściwą odpowiedź.

Z doświadczeń wynika, że im dokładniej i lepiej określimy to czego szukamy, tym lepszą podpowiedź dostaniemy, im bardziej ogólne zapytanie wprowadzimy, tym więcej czasu stracimy na „przekopywanie” się przez Sieć.

Reasumując prowadząc poszukiwania produktów i usług w Sieci, póki co, lepiej wiedzieć czego się szuka i co zamierza nabyć.

Porównaj ceny i produkty!



„Internet daje możliwość łatwego i szybkiego porównania cen i produktów z różnych sklepów. Bardzo serdecznie zachęcam do przeczytania porad jak kupić w sieci taniej i lepiej”

Piotr Żychliński
Prezes Zarządu, YetiPay

W internecie każdy ma dostęp do dziesiątek tysięcy miejsc w których może zakupić interesujący go produkt. Mnogość e-sklepów sprawia, że użytkownik nie jest w stanie zajrzeć do każdego z nich w celu sprawdzenia cen, dostępności, sposobu wysyłki i opinii użytkowników, którzy już ten produkt kupili i używają.

Zanim zdecydujesz się na zakup, warto porównać informacje i oferty z różnych sklepów. Możesz to zrobić za pomocą porównywarek cenowych, które w łatwy i przystępny sposób zagregują wszystkie interesujące Cię informacje. Porównywarki takie jak np. **Ceneo**, **Nokaut** czy **Skąpiec** umożliwią Ci znalezienie szukanego produktu poprzez wpisanie nazwy lub przeglądanie konkretnych kategorii do których przynależy cel Twoich poszukiwań. Oprócz tego, porównywarka oferuje wiele filtrów, które umożliwiają poszukującym znalezienie produktu o konkretnych parametrach. Jeśli to za mało, każdy użytkownik może poczytać opinie – nie tylko o produkcie ale także o samym sklepie. Jeśli znajdziesz odpowiadający Ci produkt Jeśli zależy Ci na opinii szerokiego grona użytkowników lub masz jakieś pytania na które nie znalazłeś odpowiedzi – nie wahaj się – poradź się innych internautów lub skontaktuj się z obsługą sklepu. Możesz to zrobić wysyłając maila, dzwoniąc na infolinię lub używając komunikatora internetowego – wiele e-sklepów korzysta z najpopularniejszych rozwiązań, czyli **Skype'a** lub **Gadu Gadu**, a niektóre z nich oferują nawet możliwość czatu w czasie rzeczywistym.

Jeśli produkt na który chcesz się zdecydować jest dostępny tylko w jednym sklepie, aby uniknąć przykrych rozczarowań upewnij się, czy towar na pewno jest na stanie. Jeśli produkt, który Cię interesuje wyróżnia się dużą różnicą cenową na tle kolejnych ofert – sprawdź dlaczego – sklepy czasem oferują produkt po zaniżonej cenie aby pozyskać klienta, a następnie ogłaszają brak towaru i proponują substytut lub zawyżają koszty transportu. Wyjaśnij wszystko dokładnie przed złożeniem zamówienia. Jeśli jesteś już gotowy do podjęcia ostatecznej decyzji zwróć jeszcze uwagę na koszty przesyłki i metody płatności. Warto sprawdzić czy e-sklep w którym chcesz zrobić zakupy mieści się w Twojej okolicy i oferuje odbiór osobisty – dzięki temu możesz zaoszczędzić na kosztach dostawy. Sieć pełna jest serwisów, które pomogą Ci dokonać optymalnego wyboru. Pomóż i Ty – **po zakończonej transakcji zostaw swoją opinię, która może się przydać innym internautom.**

Sprawdź sprzedawcę!



„Jeśli na stronie internetowej sklepu nie możesz znaleźć wymaganych prawem informacji, kieruj się zasadą ograniczonego zaufania!”

Anna Rak
Country Manager
Trusted Shops na Polskę

Julia Mandel
Specjalista ds. Certyfikacji Prawa
na rynku polskim, Trusted Shops

Każdy kupujący powinien mieć dostęp do wszelkich niezbędnych informacji na temat sprzedającego. Jeśli na stronie internetowej sklepu nie możesz znaleźć określonych dalej informacji, kieruj się zasadą ograniczonego zaufania!



● Do informacji, które sprzedawca powinien Ci udostępnić (optymalnie w jednym łatwo dostępnym miejscu), tak, należą:

- dane adresowe i kontaktowe: ulica, numer lokalu i mieszkania, kod pocztowy, miejscowość,
- NIP czyli numer identyfikacji podatkowej,
- informacja, gdzie należy kierować zapytania i reklamacje (adres e-maili ewentualnie numer telefonu).

Twoja nieufność będzie uzasadniona w przypadku, gdy właściciel sklepu podaje samą nazwę firmy bez podania danych dotyczących zarejestrowania firmy (jak KRS lub dane wpisu do działalności gospodarczej – numer wpisu) lub gdy podany jest tylko adres skrytki pocztowej zamiast pełnego adresu.

Podane wyżej dane powinny być dostępne przed zawarciem umowy, najlepiej z każdej podstrony sklepu. Najbardziej popularnym miejscem, gdzie znajdują się takie informacje to zakładka „kontakt” lub „o firmie”.

Informacja o cenie musi być przejrzysta!



„Wszystko co chcielibyście wiedzieć o cenie, ale często boicie się zapytać, a jak już nawet zapytacie, to nie otrzymujecie odpowiedzi.”

Jarosław Sokołowski

Właściciel agencji interaktywnej NetSolutions.pl

● Informacje o cenach netto i brutto.

Bardzo istotną informacją z punktu widzenia klienta jest podawanie zarówno cen netto, jak i brutto w opisie produktów. Dlatego podczas porównywania cen w sklepach internetowych zwracamy uwagę na to, czy wyraźnie opisana jest cena netto oraz brutto. Zalecamy szczególną ostrożność w wypadku ofert bardzo atrakcyjnych cenowo, odstających wyraźnie od cen firm konkurencyjnych. W takich sytuacjach, jeśli na stronie nie ma podanej informacji, czy cena widniejąca na stronie jest ceną netto, czy brutto, zalecamy kontakt ze sklepem w celu sprawdzenia rzeczywistej ceny. Uzyskanie informacji na tym etapie zaoszczędzi nam ewentualnych komplikacji i dodatkowych kosztów po złożeniu zamówienia, związanych na przykład ze zwrotem towaru. Kiedy kontaktujemy się ze sklepem telefonicznie, radzimy zapisać imię i nazwisko osoby, z którą rozmawialiśmy oraz poprosić o adres e-mail. Kiedy po rozmowie prześlemy wiadomość potwierdzającą, będziemy mieli dowód naszych ustaleń w razie ewentualnych komplikacji.

Informowanie o kosztach przesyłki.

Koszty przesyłki są bardzo ważnym elementem składowym zamówień online. Ma to szczególne znaczenie w wypadku towarów o relatywnie niskiej wartości – w tych przypadkach koszt przesyłki może decydować o atrakcyjności oferty. Dlatego dobrze jest sprawdzać informacje o kosztach przesyłki podczas porównywania ofert i doliczać je do kosztów produktu – w ten sposób porównamy oferty i podejmiemy decyzję o zakupie na podstawie kompletnych danych i unikniemy rozczarowania pod koniec procesu zakupowego. Warto zwracać uwagę na tą kwestię, ponieważ niektórzy sprzedawcy sztucznie zwiększają atrakcyjność oferty poprzez obniżenie ceny na stronie produktu i doliczenie tej kwoty do kosztów przesyłki.

Możliwość wyboru typu przesyłki.

Dobry sprzedawca powinien dać swoim klientom możliwość wyboru, jeśli chodzi o sposób doręczenia przesyłki. Świadczy to o prokonsumenckim podejściu do klienta i profesjonalizmie sprzedającego, jest też korzystne dla obojgu stron. Sprzedawca, który daje nam możliwość wyboru traktuje nas jak partnerów i stara się na każdym kroku sprawić, że czujemy się komfortowo. W wypadku, kiedy dostępny jest tylko jeden rodzaj przesyłki sprzedawca prawdopodobnie stara się ułatwić sobie życie kosztem klientów poprzez ograniczanie ich możliwości wyboru. Zachodzi również podejrzenie o próbę sztucznego zawyżenia kosztów przesyłki – w sytuacjach, kiedy podawany jest tylko jeden możliwy sposób doręczenia zamówienia, najczęściej jest to przesyłka kurierska. W takich wypadkach nie zawsze mamy możliwość weryfikacji

kosztów doręczenia przed złożeniem zamówienia, a czasami także nie znamy finalnej ceny zamówienia do ostatniego kroku ścieżki zakupowej. Należy także koniecznie sprawdzić, czy sprzedawca nie uzależnił kosztu przesyłki od wybranego sposobu płatności. O ile jest to jeszcze usprawiedliwione w przypadku wybrania przesyłki za pobraniem, która musi kosztować więcej, niż analogiczna przesyłka bez pobrania, to już zupełnie nieuzasadnione jest, gdy koszt przesyłki wzrasta, gdy zamiast przedpłaty przelewem, wybierzemy płatność online (**kartą** lub **ePrzelewem**). A zdarzają się przypadki, gdy tak się dzieje. Co sprawia, że takie działania są podejmowane przez sprzedawców? Koszt obsługi płatności online jest wyższy, niż w przypadku wpłat gotówkowej lub przelewem tradycyjnym, a sprzedawcy, działając wbrew regulacjom instytucji finansowych kompensują sobie ten wyższy koszt, zwiększając koszt przesyłki.

Informowanie o realnych kosztach przesyłki, promocjach obowiązujących przy większych zamówieniach.

W przypadku dużych zamówień dokładne informacje na temat opcji, kosztów przesyłki oraz rabatów dostępnych z tytułu wysokiej wartości zamówienia powinny być jasno i wyraźnie sprecyzowane w podsumowaniu zamówienia. O ile gabaryty zamawianych produktów nie są bardzo duże (kilkadziesiąt kilogramów), koszty przesyłki nie powinny podwajać się wraz z dodaniem kolejnego produktu do koszyka. Taka sytuacja jest niedopuszczalna i może świadczyć o złej woli sprzedającego. Kiedy kupujemy od kilku do kilkudziesięciu produktów w jednym zamówieniu, najlepszym sposobem jest uzyskanie dokładnej informacji na temat kosztów przesyłki i na ile paczek będzie podzielona wysyłka (jeśli zajdzie taka konieczność).

Koszt transakcji z płatnością online (kartą kredytową lub ePrzelewem).

Sprzedający, który decyduje się na obsługę płatności online jest zobowiązany do pokrywania kosztów obsługi transakcji. Sprzedawca zobowiązuje się do pokrywania tych należności w kontrakcie z firmą obsługującą płatności – jako jej partner. Przerzucanie tych kosztów na klienta, który nie jest stroną umowy między sprzedawcą, a firmą obsługującą płatności jest niezgodne z tymi umowami. Wykrycie tej nielegalnej praktyki jest w zasadzie niemożliwe, jako że sprzedawca może odpowiednio dostosować cenę, aby zawierała w sobie opłatę za obsługę płatności.

Na szczęście należności z tego tytułu są zwykle relatywnie niskie (wahają się w granicach 1,5% - 2% od wartości transakcji), w związku z tym konsekwencje dla kupującego nie są dotkliwe przy małych kwotach. Jednakże gdy mamy zamiar kupić drogi przedmiot, warto dokładnie sprawdzić oferty sklepów – często z pozoru atrakcyjna cena jest obciążona wieloma dopłatami, które często są starannie ukrywane przez sprzedawców.

Pewne kategorie opłat są ukrywane
w wyszukiwarkach na stronach sprzedawców
(np. opłaty manipulacyjne, prowizje itd.)
– dotyczy szczególnie rezerwacji lotów,
ofert wakacyjnych, itp.

Niektóre typy przedsiębiorstw – szczególnie linie lotnicze, hotele i biura podróży, czasami nie wymieniają pewnych płatności dodatkowych (opłaty lotniskowe, manipulacyjne) jako części składowych zamówienia, tym samym sztucznie zaniżając jego wartość. W tych wypadkach, istotne jest uzyskanie kompletnych informacji na temat kupowanej usługi / produktu jeszcze przed złożeniem zamówienia. Poświęcenie kilkunastu dodatkowych minut na uzyskanie potrzebnych informacji na tym etapie zaoszczędzi nam rozczarowań po złożeniu zamówienia. Szczególną ostrożność należy zachować w wypadku ofert „last minute”. W wypadku tego typu ofert często nie przysługuje nam bowiem prawo reklamacji – wyjątkowo niska cena jest zwykle okupiona brakiem możliwości rezygnacji z oferty.

Usługi pocztowe – przy refakturowaniu
doliczany jest VAT.

Dobrze jest wiedzieć, że refakturowanie kosztów przesyłki pocztowej, które ktoś poniosł wysyłając nasz zamówiony towar, jest obciążone VATem, a więc de facto zapłacimy o 23% więcej za przesyłkę, gdy jest ona wyszczególniona na fakturze lub paragonie. Dzieje się tak dlatego, że Poczta Polska, korzystając ze swego monopolu korzysta z dobrodziejstw nienaliczania VATu na swe usługi. Niestety tylko Poczta Polska ma takie prawo, inne firmy, refakturuując koszt poniesionych opłat pocztowych już nie - Muszą zatem naliczyć VAT od kwoty netto przesyłki pocztowej. Przeważnie nie jest to wielka kwota, jednak warto mieć świadomość tego faktu.

Czas realizacji już nie z fusów.



Michał Kraus

PR & Marketing Manager, Empathy Internet Software House

Wydaje się, że powiadomienie o terminie realizacji zamówienia w sklepie internetowym, to obok ceny czy kosztów przesyłki jedna z podstawowych informacji, jakie powinien dostać od e-sprzedawcy klient. W pierwszej kolejności należy jej szukać na stronach regulaminu.

Czas realizacji
już nie z fusów.



Przez czas realizacji przesyłki należy rozumieć okres od momentu wysłania przez klienta zamówienia do sklepu, aż do chwili przekazania towaru kurierowi bądź wysłania go pocztą do odbiorcy. Okres ten zależy od kilku czynników: wśród nich możemy wyróżnić m.in. konieczność skompletowania towaru, wybór rodzaju płatności, wystawienie dokumentu sprzedaży czy ostatecznie paczki zapakowanie przesyłki. Sklepy internetowe, stosując się do opracowanych przez IAB Polska dobrych praktyk e-commerce, z coraz większą precyzją określają ten czas. Część sprzedawców gwarantuje, że zlecenia, które dotarły do sklepu przed godz. 17:00, będą wysłane jeszcze tego samego dnia. W praktyce oznacza to, że przesyłka zostanie dostarczona do godz. 17:00 następnego dnia roboczego. Zdarza się również, że klient powiadomiany jest indywidualnie o najwcześniejszym możliwym terminie wysyłki mailem od sprzedawcy. Na e-ryнку spotkać też można sklepy, które dzielą swoje produkty na grupy. Każda kategoria oznacza inny czas realizacji – od 24 godzin do 28 dni.

Do dobrych praktyk e-commerce można też zaliczyć zapis w regulaminie, który wychodząc naprzeciw potrzebom klienta, określa z góry całkowity czas realizacji. Dla przykładu, okres od momentu złożenia zamówienia do przekazania towaru odbiorcy może wynieść maksymalnie cztery dni – dzięki temu sami kupujący będą wiedzieli kiedy zamówiony towar dotrze pod ich drzwi.

Tego i innych zapisów dotyczących przesyłki, należy zawsze wypatrywać w regulaminie. To na tej podstawie w razie niedotrzymania umowy, klient będzie mógł dociekać swoich praw.

Dbaj o swoje dane osobowe!



„Informacje obowiązkowe, które podajesz w czasie zakupów online, powinny być ograniczone do minimum koniecznego do realizacji umowy ze sklepem.”

Anna Rak
Country Manager
Trusted Shops na Polskę

Magdalena Górak
Public Relations
Trusted Shops

Każdy sklep internetowy powinien mieć ustaloną Politykę Prywatności, która określa zasady gromadzenia, przetwarzania i wykorzystywania danych osobowych pozyskanych od każdego klienta.

● Do Twoich danych osobowych należą następujące informacje zbierane w czasie rejestracji na witrynie czy w procesie dokonywania zakupów:

- Twoje nazwisko i imię,
- adres zameldowania na pobyt stały,
- adres korespondencji, jeżeli jest inny niż adres zameldowania,
- adres poczty elektronicznej (email),
- inne dane, o ile są niezbędne ze względu na właściwość świadczonej usługi lub sposób jej rozliczenia.

Sklep może też chcieć uzyskać od Ciebie inne informacje, by na przykład lepiej dopasować skierowaną dla Ciebie ofertę, niemniej nie musisz ich podawać by dokonać zakupów. Informacje obowiązkowe powinny być ograniczone do minimum koniecznego do realizacji umowy ze sklepem (np. nie powinien wymagać podania dokładnej daty i miejsca urodzenia). Pamiętaj też, że nie musisz pozwalać na to, by sklep wysyłał Ci informacje o charakterze marketingowym. Aby sklep mógł Ci je przestać, musisz uprzednio wyrazić na to zgodę!

Sklep powinien dołożyć wszelkich starań, by Twoje dane były jak najlepiej chronione przed działaniami osób trzecich i podać sposoby zabezpieczeń, które stosuje w swoim sklepie.

Ważne jest, żebyś zwrócił uwagę na to, czy sklep informuje Cię, co zrobi z przekazanymi przez Ciebie danymi osobowymi – Twoim imieniem, nazwiskiem, adresem poczty elektronicznej. Jeżeli o tym nie informuje, lub jego polityka prywatności jest dla Ciebie niejasna, weź pod uwagę, że sprzedawca internetowy może sprzedać Twoje dane wątpliwym podmiotom, które będą Cię spamować. Lepiej mieć ich losy pod kontrolą.

Sprawdź też, czy możesz wycofać zgodę na wykorzystanie Twoich danych osobowych! Czy jest zapis, który informuje, że masz prawo ich podglądu i edycji? Czy możesz zażądać, by Twoje dane zostały zmienione czy usunięte?

Trzymaj kwity!



„Aż do momentu otrzymania zamówionego produktu nie kasuj wiadomości e-mail od sprzedawcy, nawet, jeśli sklep pod każdym względem wydaje Ci się wzorcowy.”

Anna Rak
Country Manager
Trusted Shops na Polskę

Julia Mandel
Specjalista ds. Certyfikacji Prawa
na rynku polskim, Trusted Shops

Dokumentuj zakupy internetowe! Aż do momentu otrzymania zamówionego produktu nie kasuj wiadomości e-mail od sprzedawcy, nawet, jeśli sklep pod każdym względem wydaje Ci się wzorcowy. Tym bardziej rób tak, jeśli coś budzi Twoje wątpliwości!

- Gdy jednak wciąż chcesz dokonać zakupu i – mimo wątpliwości – oferta wydaje Ci się wciąż aż tak interesująca, że nie możesz się jej oprzeć – warto wręcz zrobić „screen shot” i zapisać na dysku lub też wydrukować wszystkie istotne informacje takie jak: opis towaru wraz z ceną, w tym ceną dostawy, formularz zamówienia, regulamin i warunki umowy oraz wszystkie dane, które identyfikują sklep internetowy o których pisaliśmy w punkcie „Sprawdź sprzedawcę!”, a w szczególności adres oraz KRS lub nr wpisu do ewidencji gospodarczej, zaś po dniu 1 stycznia 2012 r. – **Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej (CEIDG)**.



Masz prawo odstąpić od umowy!



„Pamiętaj, że Twoje prawo do odstąpienia od umowy nie jest dobrym gestem sklepu i po prostu ma on taki ustawowy obowiązek.”

Anna Rak
Country Manager
Trusted Shops na Polskę

Julia Mandel
Specjalista ds. Certyfikacji Prawa
na rynku polskim, Trusted Shops

Michał Kraus
PR & Marketing Manager
Empathy Internet Software House

Poza kilkoma wyjątkami, o których poniżej, można odstąpić od umowy poprzez wysłanie odpowiedniego oświadczenia w przeciągu 10 dni licząc od daty otrzymania towaru bez konieczności podawania przyczyny. Na odesłanie towaru z powrotem do sklepu konsument ma dalsze 14 dni.

- To samo dotyczy sprzedawanych przez internet usług, choć prawo do odstąpienia od umowy liczy się wówczas od dnia zawarcia umowy. Pamiętaj, że to Twoje prawo nie jest dobrym gestem sklepu i po prostu ma on taki ustawowy obowiązek.

Warto pamiętać, że gdy na stronie sklepu nie podano informacji o możliwości zwrotu, jego termin wydłuża się do 3 miesięcy!

Aby odstąpić od umowy, wystarczy w tym celu złożyć na piśmie oświadczenie o odstąpieniu od umowy, które musi zostać wysłane w przeciągu 10 dni. Należy zachować ostrożność, gdy sprzedawca usiłuje ograniczyć to prawo, np. gdy wyklucza możliwość zwrotu towarów oferowanych na promocyjnych warunkach. Data doręczenia Twojego pisma do sklepu nie ma żadnego znaczenia.

A teraz wyjątki, które ograniczają Twoje prawo do odstąpienia od umowy:

- nie przysługuje Ci wtedy, gdy – za Twoją zgodą – sklep internetowy zaczął świadczyć usługi przed upływem terminu 10 dni liczonego od dnia zawarcia umowy,
- gdy kupiłeś nagrania audialne czy i wizualna oraz programy komputerów, zapisane na informatycznych nośnikach danych (np. płytach CD, DVD), po usunięciu ich oryginalnego opakowania (np. zdjęcia celofanu),
- w przypadku umów dotyczących świadczeń, za które cena lub wynagrodzenie zależy wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym (tj. np. walut obcych, akcji, obligacji, itp.),
- świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z Twoją osobą, innymi słowy, usług lub towarów zindywidualizowanych na Twoje specjalne zamówienie, np. garnituru uszytego na miarę, zegarka z wygrawerowaną dedykacją,
- świadczeń, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu (np. żywność z krótkim terminem do spożycia),
- dostarczania prasy,
- usług w zakresie gier i zakładów wzajemnych (gier hazardowych).

Pamiętaj, że możesz odstąpić od umowy jedynie w przypadku transakcji zawartej z przedsiębiorcą. Jeśli kupujesz od osoby fizycznej nie prowadzącej działalności gospodarczej nie przysługują Ci te prawa!



Sprawdź obsługę klienta!



„Na zadowolenie z zakupu często większy wpływ ma obsługa klienta niż sam kupowany produkt. Na co zwrócić uwagę aby zakup był przyjemnością? Czego możemy wymagać od sprzedawcy w obszarze obsługi klienta?”

Tomasz Karwatka
Prezes Zarządu, Divante

W sklepie internetowym masz takie samo prawo do miłej i uczciwej obsługi jak w handlu tradycyjnym. Co więcej – w Internecie konsument może łatwiej skorzystać z konkurencyjnego sklepu. Dlatego tym bardziej internetowi sprzedawcy powinni dbać o zadowolenie klienta.

- Przed zakupem warto upewnić się, iż dalsza komunikacja ze sklepem nie będzie nastręczać problemów. Przede wszystkim sklep powinien podawać w **widocznym miejscu swoje dane rejestrowe** (nazwa, adres, numer NIP oraz inne zależnie od formy prawnej). Te podstawowe dane są pierwszą gwarancją kontaktu ze sklepem i umożliwiają np. sprawdzenie firmy w ogólnodostępnych serwisach informacji gospodarczej.

Każdy szanujący się e-sklep poda na swojej stronie także **numery telefonów**. Warto zwrócić uwagę szczególnie na numery stacjonarne lub numery darmowych infolinii – są one kolejną pewną formą kontaktu.

Najlepiej, gdy sprzedawca poda **w jakich godzinach obsługa telefoniczna jest prowadzona**. Niekiedy trudno się dodzwonić do małego sklepu bo... jego właściciel po prostu wyszedł na pocztę lub pakuje paczki. W takich sytuacjach dobrze jest znać godziny gdy ktoś z obsługi na pewno będzie na miejscu.

Warto zwrócić też uwagę czy na stronach sklepu podane są informacje o **maksymalnym czasie udzielania odpowiedzi**. W wypadku sytuacji dyskusyjnych, dobrze jest potwierdzać ustalenia telefoniczne za pomocą sklepu poczty elektronicznej. Kupując on-line mamy tę korzyść, że całą komunikację ze sprzedawcą możemy potwierdzać mailowo. To znakomicie ułatwia precyzyjną komunikację i warto z tej możliwości korzystać w trudnych sytuacjach.

W wypadku mniej oczywistych zakupów warto pamiętać by sprawdzić jaka jest **procedura reklamacji i zwrotów**. Informacje tego rodzaju znajdziemy najczęściej w regulaminie sklepu. Procedury reklamacji zwrotów powinny określać jednoznacznie **warunki, terminy oraz adres** na jaki dokonywać wysyłki reklamowanego lub zwracanego towaru.

Na koniec – w trakcie kontaktu z obsługą sklepu mamy prawo żądać, aby wszyscy pracownicy byli przeszkoleni w wyżej opisywanym zakresie oraz aby wewnętrznie przekazywali sobie informacje i ustalenia jakich z nami dokonują.

Przejrzyj regulamin!



„Zakupy przez internet to wygoda i komfort. Jeśli zapisy w regulaminie bądź na stronie e-Sklepu budzą naszą wątpliwość lepiej zrezygnować z transakcji i poszukać innego sklepu w sieci”

Beata Sitkowska

Ekspert ds. PR i marketingu, imerge Sp. z o.o.

Każdy e-Sklep musi zgodnie z obowiązującym prawem przygotować i zamieścić na swoich stronach www regulamin, w którym znajdą się dane przedsiębiorcy oraz opisane warunki na jakich oferowane są nabywcy produkty i usługi, a także warunki postępowania w przypadku reklamacji czy zwrotu zamówionego produktu/usługi oraz zakres odpowiedzialności e-Sklepu za oferowane produkty bądź usługi.

- Regulaminy warto przeglądać choćby z powodu postanowień umownych, które mogą „kształtować prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami”, ale także dlatego aby mieć wiedzę o cenach, warunkach dostawy, reklamacji, zwrotu towaru lub rozwiązania umowy. W tym wypadku ważna jest także kwestia ochrony naszych danych i ich wykorzystywania przez e-Sklep, ale także po to, by czuć się bezpiecznie i komfortowo.

Smutna prawda jest taka, że najczęściej akceptujemy treść regulaminów zazwyczaj tuż przed dokonaniem zakupu i bez sprawdzenia treści. Po części nasze zaufanie do e-Sklepu wynika z rekomendacji od naszych znajomych lub pozytywnych wpisów na forach, lub dlatego, że e-Sklep ma znaną markę, godną zaufania, o której słyszy się pozytywne opinie lub po prostu mamy nadzieję, że w regulaminie nie znajdzie się nic dla nas szkodliwego i że e-Sklep okaże się solidnym dostawcą, a nasz zakup odbędzie się sprawnie i bez przeszkód.

Niestety nie zawsze tak musi być, o czym świadczy rejestr klauzul niedozwolonych, które występują w regulaminach. Rejestr tychże klauzul zawiera „postanowienia umowne uznane za niedozwolone prawomocnym wyrokiem Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów” i można go znaleźć na stronach internetowych UOKiK'u.

Zaletą rejestru jest to, że wszystkie zawarte w nim postanowienia umowne, jeśli znajdują się w regulaminie e-Sklepu, na który wyraziliśmy swoją zgodę, stają się automatycznie nieważne i zwalniają nas tj. e-Klientów z obowiązku ich dopełnienia, ale jednocześnie nie zwalniają nas z pozostałych zobowiązań, na które świadomie bądź nie wyraziliśmy zgodę akceptując regulamin.

Plusem rejestru klauzul niedozwolonych jest jego stałe aktualizowanie się o kolejne niedozwolone klauzule zaś minusem trudności ze znalezieniem poszukiwanych informacji.

Co zatem robić? Jak być spokojnym podczas składania zamówienia w e-Sklepie, że nie zostaniemy oszukani, nasze zamówienie nie przysporzy nam dodatkowych nerwów i problemów? Jak czytać regulamin żeby nie zasnąć i żeby nie bolały oczy? Jak przejść przez niekończące się linijki ważnych informacji w miarę szybko i ze zrozumieniem?

Kluczowe dla nas e-Klientów informacje znajdują się w kilku rozdziałach regulaminu, tak więc poniżej wykaz tych obszarów oraz podpowiedzi na co należy zwrócić uwagę przeglądając regulamin e-Sklepu.

1. **Dane przedsiębiorcy** – tu powinny być dane firmy, także teleadresowe, żebyśmy wiedzieli u kogo składamy zamówienie i gdzie szukać podmiotu oraz jak się z nim skontaktować, gdyby nie doszło do realizacji zamówienia. Możemy także sprawdzić firmę jeśli jest zarejestrowana w Krajowym Rejestrze Sądowym (posiada numer KRS).
2. **Warunki realizacji zamówienia** – w tym miejscu sprawdzimy jaki maksymalny czas realizacji zamówienia gwarantuje e-Sklep, co się stanie jeśli realizacja jest niemożliwa, jakie są koszty dostawy i w jakich okolicznościach mogą się pojawić dodatkowe koszty dostawy, jakie są warunki anulowania zamówienia dla obu stron i w jakim czasie nastąpi zwrot zapłaty jeśli płatność była „z góry”.
3. **Ceny towarów** – po złożeniu zamówienia w myśl Dobrych Praktyk e-Commerce (www.iab.com.pl) cena produktu/usługi nie powinna ulec zmianie. Warto sprawdzić czy e-Sklep, w którym chcemy złożyć zamówienie gwarantuje nam niezmienną cenę.
4. **Modyfikacja zamówienia** – tu powinien być kontakt do działu obsługi klienta oraz zapis jak zmienić bądź anulować zamówienie.
5. **Czas realizacji zamówienia** – upewnijmy się w jakim czasie otrzymamy towar, oraz czy e-Sklep ma w swoim regulaminie przewidziany kontakt z nami jeśli dostawa np. się opóźni.
6. **Warunki reklamacji** – sprawdzimy w jakich okolicznościach możemy zgłaszać reklamację i czy koszt wysyłki pokrywa e-Sklep. Pamiętajmy, że oprócz reklamacji mamy prawo do reklamacji na mocy prawa o rękojmi. Rękojmia wynika z przepisów prawa i dotyczy wad, albo braku cech w produkcie, które były obiecane przez sprzedawcę/producenta. W przypadku reklamacji na mocy prawa o rękojmi (co trzeba zaznaczyć w reklamacji) producent/sprzedawca musi wymienić towar na wolny od wad lub zwrócić zapłatę.
7. **Warunki gwarancji** – warto zwrócić także uwagę na to czy towar objęty jest gwarancją oraz w jakim zakresie i wymiarze czasu ona występuje.
8. **Odstąpienie od umowy/zwrot towaru** – tu najważniejsze są informacje dotyczące terminu w jakim możemy dokonać zwrotu produktu oraz która ze stron ponosi koszty przesyłki.

9. Dane osobowe / Polityka prywatności – w regulaminie być zapis o ochronie danych osobowych Ustawa z dn. 29 sierpnia 1997r. o ochronie danych osobowych Dz. U. z 2002r., Nr 101, poz. 926 ze zmianami oraz ustawa z dn. 18 lipca 2002r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną Dz. U. 2002r. Nr 144 Poz. 1204 ze zmianami) oraz zapis dotyczący polityki prywatności: Rozporządzenie MSWiA z dn. 29 kwietnia 2004r. Dz. U. Nr 100, poz. 1024. Warto sprawdzić czy akceptacja regulaminu wiąże się z akceptacją otrzymywania mailingów, newsletterów oraz innych treści o charakterze handlowym, gdyż nie musimy w myśl prawa zgadzać się na wykorzystywanie naszych adresów e-mail do otrzymywania maili o charakterze komercyjnym.

Pamiętajmy o certyfikatach jakości takich jak organizacji jak: TrustedShops, IAB Polska, Euro-Label. e-Sklep, który ma na swoich stronach posiada choćby jeden z powyższych certyfikatów powinien być dla nas bezpieczny, a jego regulamin wolny od klauzul umownych niedozwolonych. W przypadku kiedy treści budzą naszą wątpliwość zawsze można o poradę zwrócić się do właściwego organu, który wydał certyfikat.

Jeśli zapis w regulaminie bądź na stronie e-Sklepu budzi naszą wątpliwość lepiej zrezygnować z transakcji i poszukać innego e-Sklepu.

Długie regulaminy oraz „kruczki prawne” nie powinny nas zniechęcać do robienia e-zakupów w sklepach internetowych, gdyż zakupy w sieci to w większości przypadków duży komfort, wygoda, oszczędność czasu oraz dostęp na bieżąco do wszystkich produktów.

Nie kierujmy się wyłącznie najniższą ceną podczas wyboru e-Sklepu, bo liczy się także jego wiarygodność, reputacja oraz jakość oferty i obsługi, którą oferuje.

Informacje o e-Sklepach sprawdzamy w sieci, weryfikujemy ze znajomymi i starajmy się możliwie dokładnie czytać regulaminy e-sklepów. Dodatkowo kilka minut przed złożeniem transakcji to oszczędność kilku bądź kilkunastu dni naszego czasu w przyszłości. Rzetelni e-Przedsiębiorcy mają zazwyczaj przyzwoicie napisane regulaminy, które są czytelne, i zrozumiałe choć bywają nazbyt długie, co wynikać może głównie z dbałości i staranności e-Sklepu, aby warunki współpracy z e-Klientem były dokładnie opisane).

Mówmy i piszmy o dobrych i złych praktykach, których doświadczamy we współpracy z e-Sklepami, dzielimy się tymi informacjami ze znajomymi, na forach, w sieci, wszędzie, gdzie jest to możliwe – bo tymi działaniami mamy realny wpływ na wzrost jakości zakupów w e-sklepach i poziom ich biznesu i obsługi nas – e-Klientów.

Zachęcam dodatkowo do zapoznania się z dokumentem Dobre Praktyki e-Commerce na www.iab.com.pl, w którym wyszczególnione są podstawowe założenia dla e-Sklep, aby uznać go godny naszego zaufania, wartym zrobienia zakupów oraz polecenia innym.

Gdzie szukać opinii o sklepie i którym opiniom ufać?



Dorota Bachman

Dyrektor ds. Marketingu i Rozwoju Biznesu,
E-commerce Services Sp. z o.o.
(Empik.com, Smyk.com, Empik Foto)

Tymoteusz Błoński

Specjalista ds. PR,
E-Commerce Services Sp. z o.o.
(Empik.com, Smyk.com, Empik Foto)

Każdy z nas – klientów sklepów internetowych – po sprawdzeniu cen i dostępności produktów zastanawia się, w którym sklepie dokonać zakupów. Wybór wcale nie jest prosty. Czy powinniśmy kupować tam, gdzie jest najtaniej? Czy lepszym wyborem jest kupowanie produktów w nieco wyższych cenach, ale za to w sklepie znanym, bezpiecznym, gwarantującym dostawę zamówionego produktu, o którym „dobrze się mówi”?

Najnowsze dane mówią, że 90% osób ufa rekomendacjom publikowanym w serwisach społecznościowych (dane za raportem Internet Standard - Social Media 2012). To ogromny potencjał. Tylko w polskim Facebooku istnieje ponad 1500 profili firmowych w kategorii e-Commerce. Zadowolony klient, wstawiający na profil sklepu zdjęcie rozpakowanej przesyłki, to najlepsza rekomendacja dla każdego sklepu! Trzeba jednak pamiętać, że duża część opinii pojawia się na prywatnych tablicach, dostęp do nich ma zatem tylko ograniczona liczba osób (użytkownik ma średnio 130 znajomych).

Ufamy tym, którzy już dokonali zakupów i chcą podzielić się swoimi opiniami. Po wpisaniu w Google frazy „opinie o sklepach” otrzymamy całą listę serwisów oferujących ocenę e-sklepów. Zasada jest prosta – użytkownik, który dokonał zakupów opisuje przebieg transakcji. Warto jednak poszukać tych najbardziej merytorycznych opinii, a nie tylko zdawać się na ogólną (np. punktową) ocenę sklepu. Pomocne są także komentarze na forach internetowych. Nikt nie opisze uczciwiej przygód z zakupem nowego wózka, niż rodzice na serwisach parentingowych.

Szukając ocen trzeba pamiętać o rozsądku. Internet już dawno nie jest idealnym miejscem, gdzie każdy jest uczciwy. Działają w nim agencje, których zadaniem jest odpowiednie kreowanie opinii. Marketing szeptany (czy też z angielskiego Word of Mouth Marketing - WOMM) to nie do końca kontrolowane zjawisko, obecne na forach internetowych i wśród społeczności. W uczciwej formie ma tylko zachęcać do dyskusji nad marką, zdarza się jednak, że sam ją nieudolnie tworzy. Jeśli więc zbyt wiele osób nagle zbyt pozytywnie (a wręcz sztucznie) się wypowiada – coś może być nie tak i opinie mogą nie pochodzić od prawdziwych klientów.

Dobrą opinię o sklepie poświadczają nie tylko ich klienci, ale i certyfikaty, rankingi, czy nagrody. Przykładem może być Certyfikat Użyteczna Strona, przyznawany przy akredytacji IAB. To także cenna opinia, tym razem specjalistów.

Decydując się zatem na zakupy warto sprawdzić wiarygodność dostawcy produktu, od którego zamierzamy nabyć towar. Choć cena jest niezwykle ważnym kryterium, nie powinna być ona traktowana jako kluczowy czynnik dokonania ostatecznego wyboru. Dla własnego bezpieczeństwa sprawdzajmy opinie o sklepie w kilku miejscach i uważnie je czytamy. Zwracajmy też uwagę na daty dodawania opinii i ich użyteczność merytoryczną.

Sprawdź rzetelność producenta aplikacji mobilnych oraz ich jakość!



„W świecie mobilnym coraz większą popularność zyskują aplikacje ułatwiające życie czy zapewniające rozrywkę. Ponieważ łatwo jest kliknąć »buy« lub »kup« należy dobrze przemyśleć te wirtualne zakupy zanim zapłacimy za nie realnymi pieniędzmi.”

Konrad Telakowiec

Wiceprezes Zarządu Mobilnej Platformy Informacyjnej coigdzie.pl.

Zakup aplikacji mobilnej podlega tym samym regułom co każda inna transakcja. Pomimo, iż w tym przypadku otrzymujemy produkt wirtualny, **mamy takie same możliwości sprawdzenia jego jakości oraz rzetelności producenta jak w przypadku krzesła czy telewizora i jak najczęściej powinniśmy z tego prawa korzystać.**

- Pierwszym krokiem, który należy wykonać jest **sprawdzenie z jakimi kosztami wiąże się zainstalowanie i korzystanie z aplikacji**. Producenci mogą wprowadzić na polski rynek trzy typy aplikacji mobilnych – płatną, bezpłatną oraz usługi typu **try and buy** (bezpłatna, testowa wersja dezaktywująca się najczęściej po kilku lub kilkunastu dniach). Przed instalacją bezpłatnych aplikacji musimy się upewnić czy po nieodpłatnym pobraniu, będziemy mogli z niej za darmo korzystać. Aplikacja taka może mieć zablokowane najważniejsze funkcjonalności, które zostaną udostępnione dopiero po uiszczeniu opłaty. Płatne może też być „wyłączenie” banerów reklamowych. W przypadku aplikacji **try and buy**, upewnijmy się jaki jest koszt pełnej wersji i czy nie przewyższa on cen konkurencji, która od samego początku jasno informuje o kosztach.

Sprawdzamy **w jakim trybie działa aplikacja** – miejmy świadomość, że instalując produkt działający w trybie on-line bądź pobierający banery reklamowe, będziemy ponosić – często wysokie – **koszty połączeń roamingowych**. Może się wówczas okazać, że koszt „wyłączenia” banerów reklamowych tj. przejścia na wersję płatną będzie wyższy od kosztu konkurencyjnej aplikacji niewystępującej w wersji bezpłatnej.

Bardzo ważne jest **czytanie opinii dotychczasowych użytkowników wybranej aplikacji publikowanych w sklepach internetowych**. Użytkownicy często polecają bądź odradzają instalowanie danego produktu wskazując na jakie problemy napotykają podczas korzystania lub instalacji, informują o jakości wykonania czy użyteczności danej wersji. **Kluczowy jest tu komentarz polskiego użytkownika!** W przypadku nawigacji samochodowych opinie użytkowników z innych krajów mogą okazać się dla nas bezużyteczne, a aplikacja nawigująca rewelacyjnie np. w Niemczech, będzie nas „wyprowadzać w pole” na polskich drogach.

Kolejnym krokiem, który powinniśmy wykonać jest **sprawdzenie czy aplikacja jest tłumaczona na język polski**. Brak polskiego tłumaczenia nie tylko w samym produkcie, ale również opisu podawanego w sklepie może wskazywać, że treść aplikacji nie jest dostosowana do wymogów polskiego użytkownika. Jest to bardzo istotne szczególnie w przypadku aplikacji użytecznych – nawigacji czy wyszukiwarek informacji o repertuarze kin, teatrów czy innych wydarzeń kulturalnych lub sportowych.

Płać kartą i śpij spokojnie.



„Jedną z istotniejszych zalet płatności kartami w Internecie jest możliwość dokonania chargebacku. To swoiste ubezpieczenie dla każdej transakcji i gwarancja, że klient będzie zadowolony z zakupu lub otrzyma zwrot pieniędzy - i to bez względu na politykę sklepu.”

Jan Makulec

Copywriter, PayLane

Jeśli nie możesz wyzbyć się jakichś wątpliwości względem danego sklepu lub po prostu chcesz mieć poczucie dodatkowego zabezpieczenia – zapłać kartą (np. kredytową lub debetową). Większość polskich e-sklepów udostępnia taką możliwość, a w zagranicznych jest to wręcz jedna z wygodniejszych metod.

- Wbrew temu, co jeszcze niekiedy mówi się o płatności kartami w Internecie, jest to metoda bardzo bezpieczna. W szczególności z punktu widzenia właściciela karty, ponieważ oprócz szeregu metod przeciwdziałających próbom oszustwa, klient ma prawo do tzw. **chargebacku**, czyli żądania zwrotu środków.

W jakiej sytuacji można zgłosić **chargeback**? Praktycznie w każdej, w której klient może poczuć się oszukany, czyli np. nie otrzyma towaru, otrzyma towar niezgodny z opisem, wybrakowany itp. Takie żądanie zwrotu środków można stosować również w przypadku, gdy zwyczajnie nie rozpoznamy danych transakcji na wyciągu z karty i mamy podejrzenia, że zaszła pomyłka lub próba oszustwa.

Naturalnie warto najpierw skontaktować się z samym sprzedawcą, mogła bowiem zajść np. zwykła pomyłka. Jeśli jednak nie dochodzi do porozumienia, pozostaje **chargeback**. Żeby go zgłosić, najlepiej skontaktować się z bankiem, od którego otrzymaliśmy naszą kartę. Procedury samego zwrotu środków mogą się różnić, często jednak całość da się załatwić przez telefon. Należność możemy też odzyskać od razu (jeśli bank kredytuje taki zwrot) lub po rozpatrzeniu sprawy. Sprzedawca ma bowiem prawo do obrony. Co istotne, o zwrot należności można zgłosić się do 6 miesięcy po dokonaniu płatności.

Banki i sprzedawcy bardzo rzadko informują o możliwości **chargebacku**, tymczasem leży to w interesie obu stron – klienci z poczuciem bezpieczeństwa chętniej i częściej decydują się na zakup. Należy jednak pamiętać, że żądanie zwrotu środków to narzędzie mające zapobiegać nieuczciwym praktykom i myli się ten, kto sądzi, że zdoła wykorzystać je do nadużyć. Instytucje płatnicze z pewnością zwrócą uwagę na właściciela karty, który domaga się nieproporcjonalnej liczby zwrotów. Działo to w obie strony – kary nakładane są również na sprzedawców otrzymujących **chargebacki**, ponieważ każde takie zgłoszenie stanowi dla banku sygnał, że coś jest nie tak z danym biznesem.

Dokonywanie płatności kartą kredytową czy debetową gwarantuje więc w pewnym sensie bezpieczeństwo transakcji. Co istotne, chargeback stanowi funkcjonalność zupełnie niezależną od polityki zwrotów danego e-sklepu. Uczciwi sprzedawcy nie mają się przy tym czego bać, zaś przedsiębiorcy niewywiązujący się z umów są odgórnie karani.



Zakończenie



Tomasz Grygień

Współwłaściciel

Superkoszyk.pl

Z najnowszych badań wynika, że 56 proc. dorosłych Polaków korzysta z Sieci. Co ważniejsze aż 8 na 10 internautów robi zakupy online (badania CBOS i Millward Brown SMG/KRC). Zmienia się także sposób dokonywanych transakcji. Polacy coraz częściej kupują w sklepach internetowych zamiast na aukcjach. Mówmy i piszmy o dobrych i złych praktykach, których doświadczamy we współpracy z e-Sklepami.

Dzielmy się tymi informacjami ze znajomymi, na forach – wszędzie, gdzie to możliwe. Dzięki temu będziemy realny wpływ na rozwój polskiego rynku e-Commerce.

Tworzone przez takie organizacje jak IAB Polska poradniki oraz dobre praktyki są świetnym pomysłem, jednak to my – konsumenci tworzący rynek – mamy największą moc sprawczą.

Udanych e-Zakupów!

Grupa Robocza e-Commerce
IAB Polska

