

SKRYTÝ POTENCIÁL OBCHODNÍCH PODMÍNEK

JUDr. Monika Bakešová, advokátka

Obchodní podmínky a/nebo smlouva?

- Obchodní podmínky (VOP) jsou vždy část smlouvy.
- U **klientů – spotřebitelů** přísnější podmínky:
 - Při uzavírání smlouvy na dálku nutno zaslat i **v textové podobě** (ideálně PDF do mailu).
 - Platí i pro smlouvy uzavírané přes e-mail (bez použití objednávkového/prodejního formuláře)
- U **klientů – podnikatelů** – stačí i odkazem na obchodní podmínky vypracované odbornými nebo zájmovými organizacemi

Co když je v „klasické“ smlouvě něco jinak než ve VOP?

§ 1751 zákona č. 89/2012 Sb. = občanský zákoník (NOZ)

1) Část obsahu smlouvy lze určit odkazem na obchodní podmínky, které navrhovatel připojí k nabídce nebo které jsou stranám známy. **Odchylná ujednání ve smlouvě mají před zněním obchodních podmínek přednost.**

Pozor na nečekaná ustanovení ve VOP

§ 1753 NOZ

Ustanovení obchodních podmínek, které druhá strana nemohla rozumně očekávat, je **neúčinné, nepřijala-li je tato strana výslovně**; k opačnému ujednání se nepřihlíží.

Zda se jedná o takové ustanovení, se posoudí nejen vzhledem k jeho obsahu, ale i ke způsobu jeho vyjádření.

(Pozn.: Obzvlášť pozor na smluvní pokuty ve VOP pro spotřebitele.)

Kdy mít VOP?

- Když je to **nutné** – spotřebitelské smlouvy uzavírané přes web.
- Když je to **vhodné/výhodné**:
 - ✓ Opakující se plnění.
 - ✓ Opakující se podmínky.
 - ✓ Transparentnost.
 - ✓ Úspora času.

Potenciál VOP?

- Jasný přehled o nabídce, cestě zákazníka od úvahy o koupi, přes dodání až po řešení případné reklamace.
 - ✓ Donutí vás zapřemýšlet o podnikání jako celku.
 - ✓ **Projděte si cestu zákazníka** – je vše jasné, jednoduché, popsané. Odpovídá praxe tomu, co je ve VOP nebo na webu (pozor u spotřebitelů – i text na webu může být součástí smlouvy).

Potenciál VOP?

- Ukazují/naznačují váš styl, způsob komunikace, přístup k řešení problémů.
- Můžete ukázat, jak vám na klientovi záleží, jak mu cestu nákupním a dalším procesem zjednodušíte.
 - **Bud'te kreativní** (jen pozor na až přílišnou kreativitu).

Potenciál VOP?

- Vyberte si svého klienta. Nastavte objednávkový/realizační proces tak, ať neztratíte kontrolu nad tím, kdo bude váš klient.
 - Platí zejména u produktů „na míru“ a u služeb. Dobře využitelné i pro „problematické“ klienty. Pozor jen na diskriminaci.

Potenciál VOP?

- Pomocník při designování vašich služeb.
 - *Příklad: Konzultace – úvodní konzultace zdarma, seznamovací konzultace zdarma x placené konzultace se vstupním dotazníkem, ukázkovým videem (“Jak to u nás chodí”).*

Potenciál VOP?

- Udělejte z nich další (dílčí) dokumenty:
 - ✓ návod pro obchodníky,
 - ✓ návod pro vyřizování reklamací,
 - ✓ informace o dodacích podmínkách,
 - ✓ check listy pro dílčí procesy a nastavení aplikací (automatizací).

Potenciál VOP?

- Stavebnice. Jen přidáváte moduly. Nebo upravujete.
- Klíčové body pro různé produkty/služby:
 - ❖ Typ smlouvy (kupní, digitální obsah, poskytování služeb...)
 - ❖ Popis služby/produktu (je potřeba na něco zvlášť upozornit?)
 - ❖ Dodací podmínky
 - ❖ Odstoupení od smlouvy (spotřebitel) x reklamace x storno podmínky
 - ❖ Nároky z odpovědnosti za vady

www.bakesova.cz/prekvapeni