

Legal know-how: Program lojalnościowy w 5 krokach

adw. Aleksandra Urbanowicz

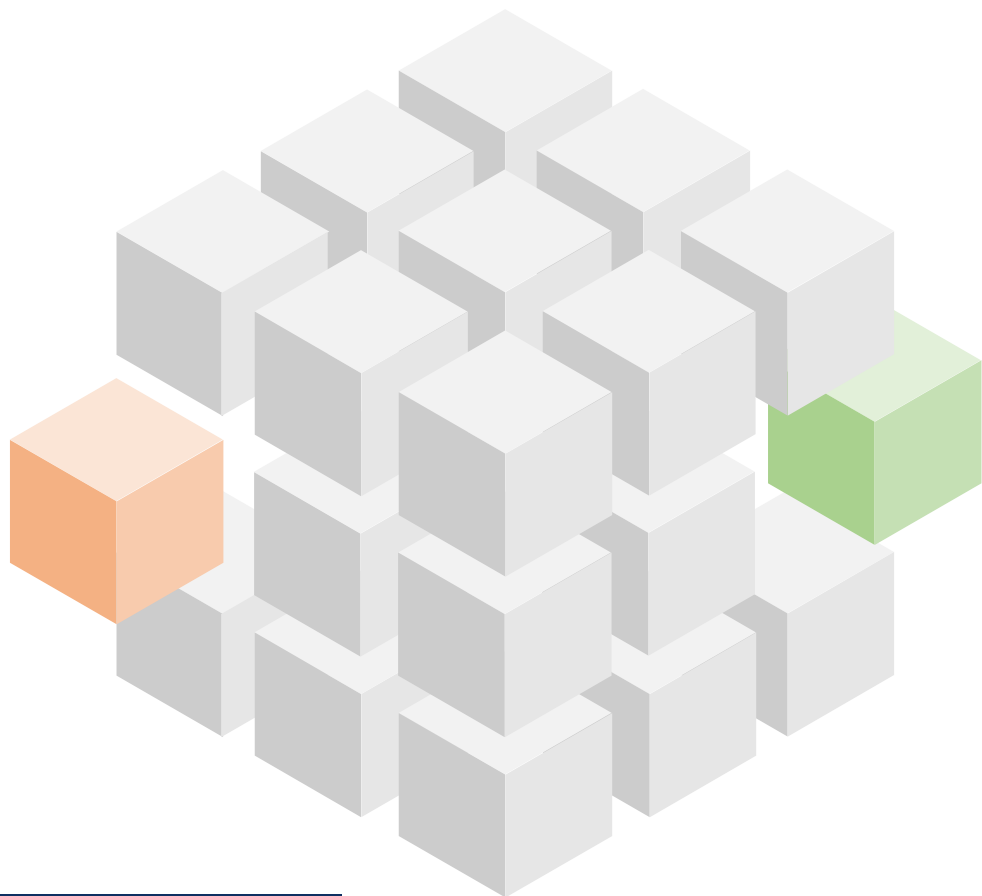


Agenda spotkania

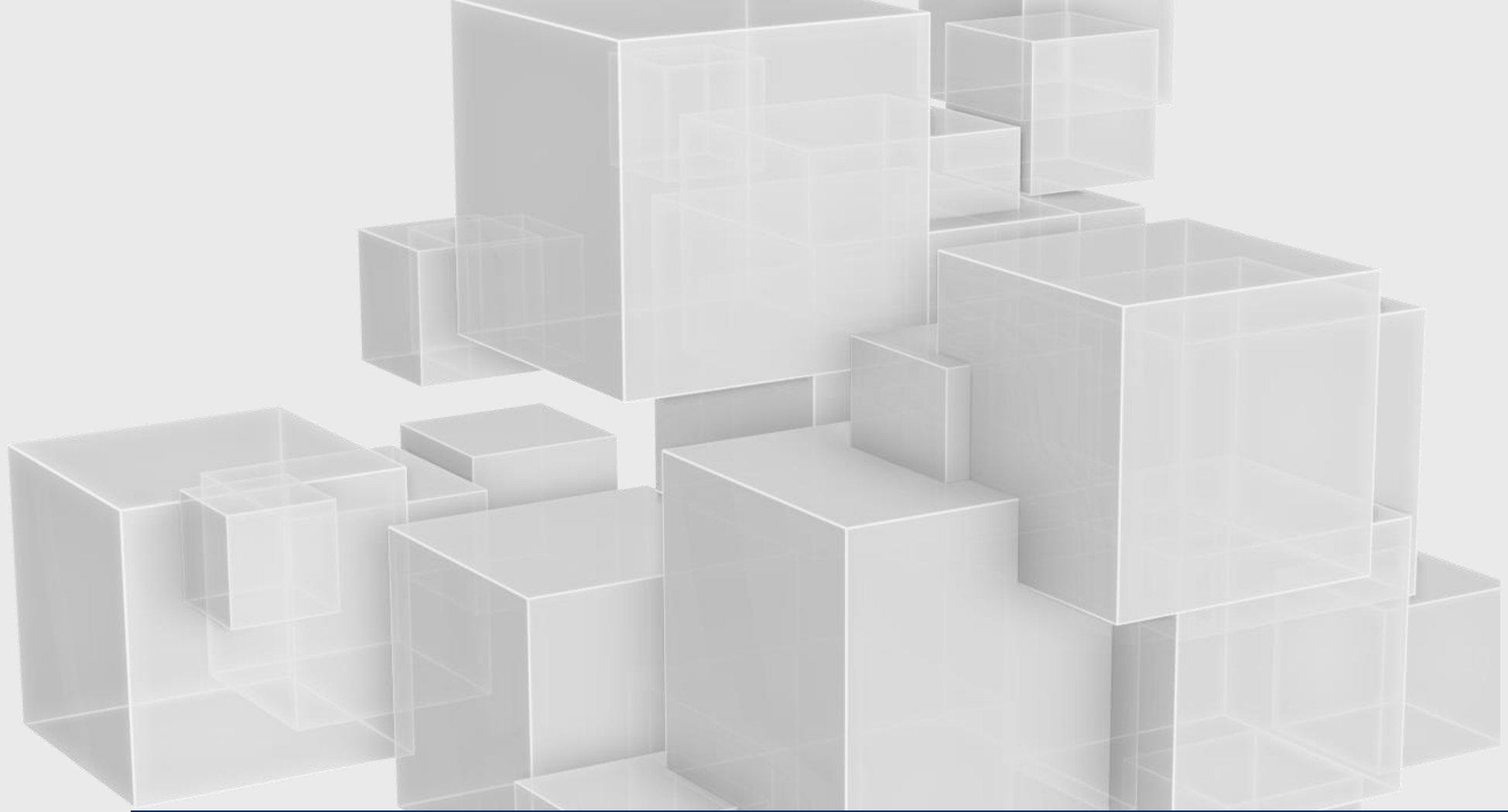
- ❏ Target i podstawowe założenia: co chcemy osiągnąć i jak wpływają na to wymogi regulacyjne?
- ❏ Opracowanie ścieżki dołączania do programu
- ❏ Modelowa dokumentacja dla programu lojalnościowego i współpraca z dostawcami
- ❏ Akcje promocyjne, bony, kody rabatowe i personalizacja ofert – jak działać?
- ❏ Komunikacja z użytkownikami i przeciwdziałanie nadużyciom



Program lojalnościowy = skuteczne narzędzie marketingowe?



- ❏ Akcja promocyjna o charakterze **długoterminowym**
- ❏ Nakierowana na **budowanie lojalności klienta** poprzez **nagrody, rabaty, promocje** specjalnie przeznaczone dla uczestników



KROK 1: Zdefiniuj zakres i cele programu

Jaka forma dostępu do korzyści?



KARTY

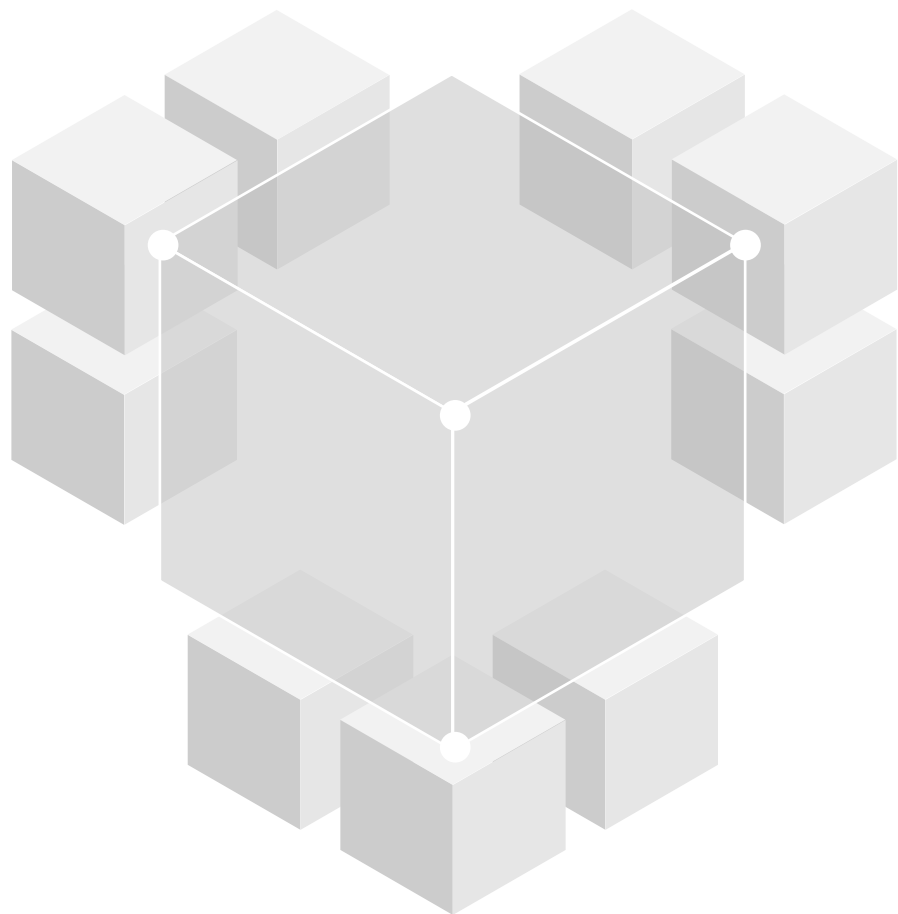


**STRONY
INTERNETOWE**



**APLIKACJE
MOBILNE**

Dla kogo?



1

Osoby **powyżej x roku życia**
o statusie **konsumenta /**
quasi-konsumenta /
przedsiębiorcy

2

Osoby posiadające aktywny
numer telefonu albo

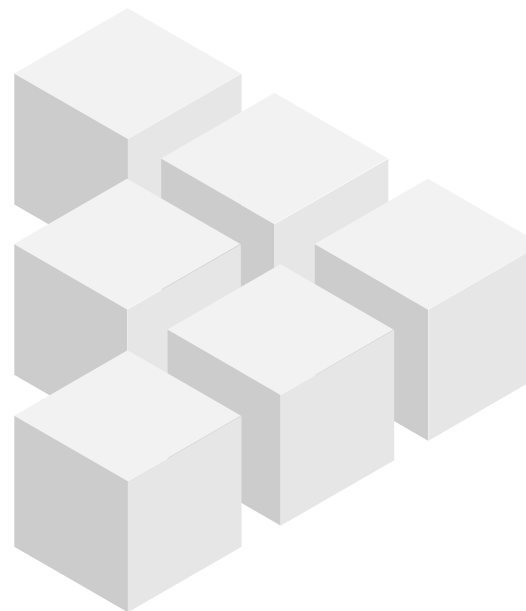
3

Osoby posiadające aktywny
adres e-mail



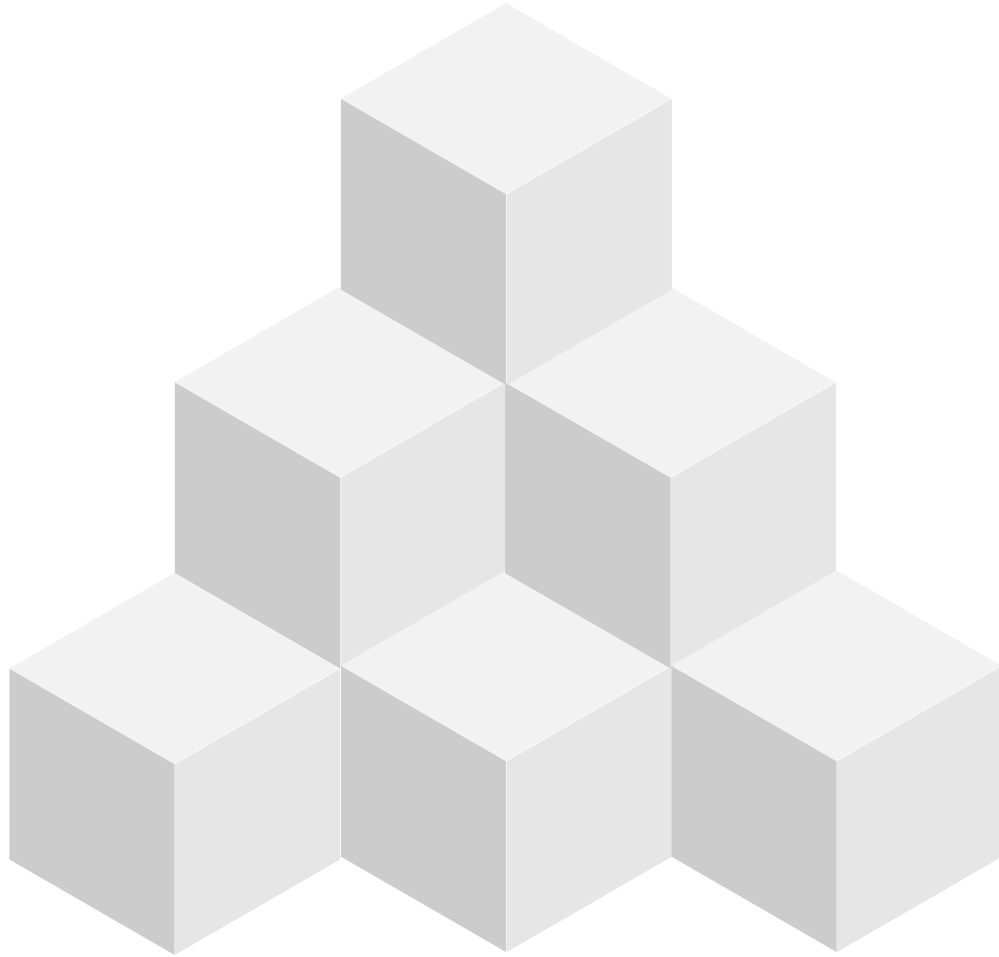
Gdzie?

**Obszar
terytorialny**
(np. RP)



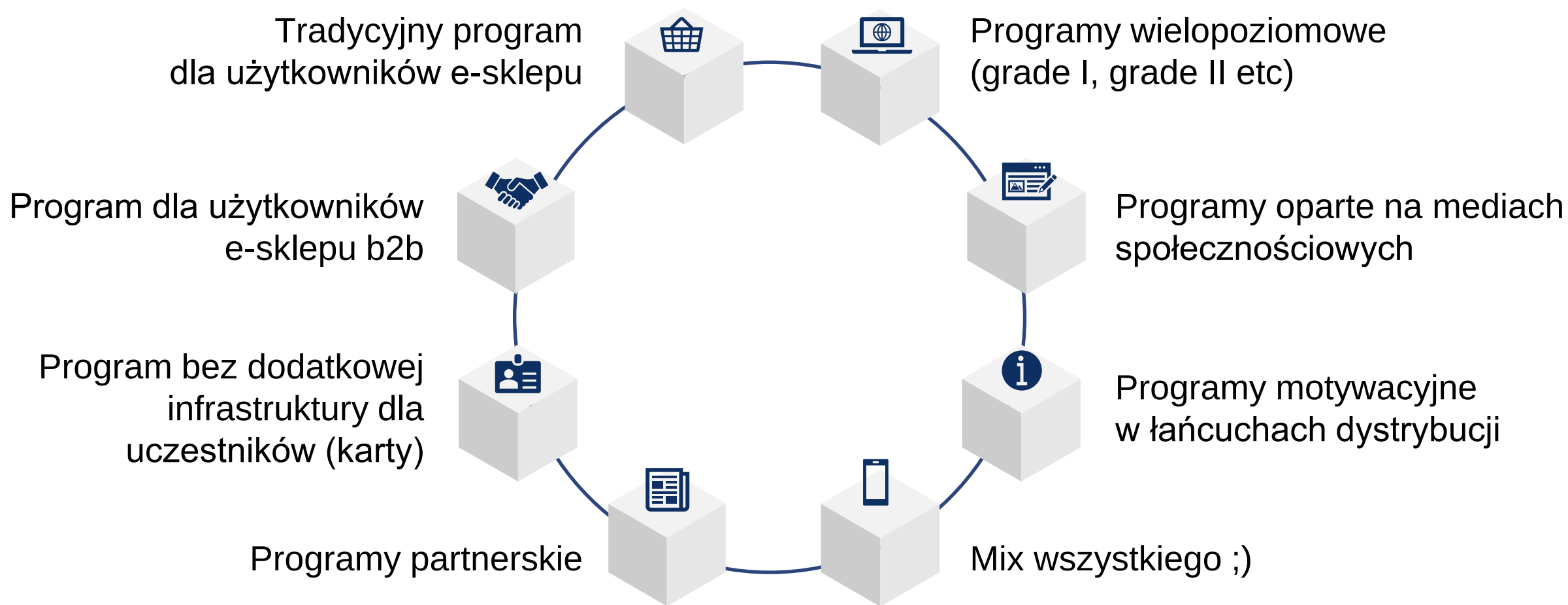
**Sklepy / www /
lokalizacje**, w których
program jest honorowany

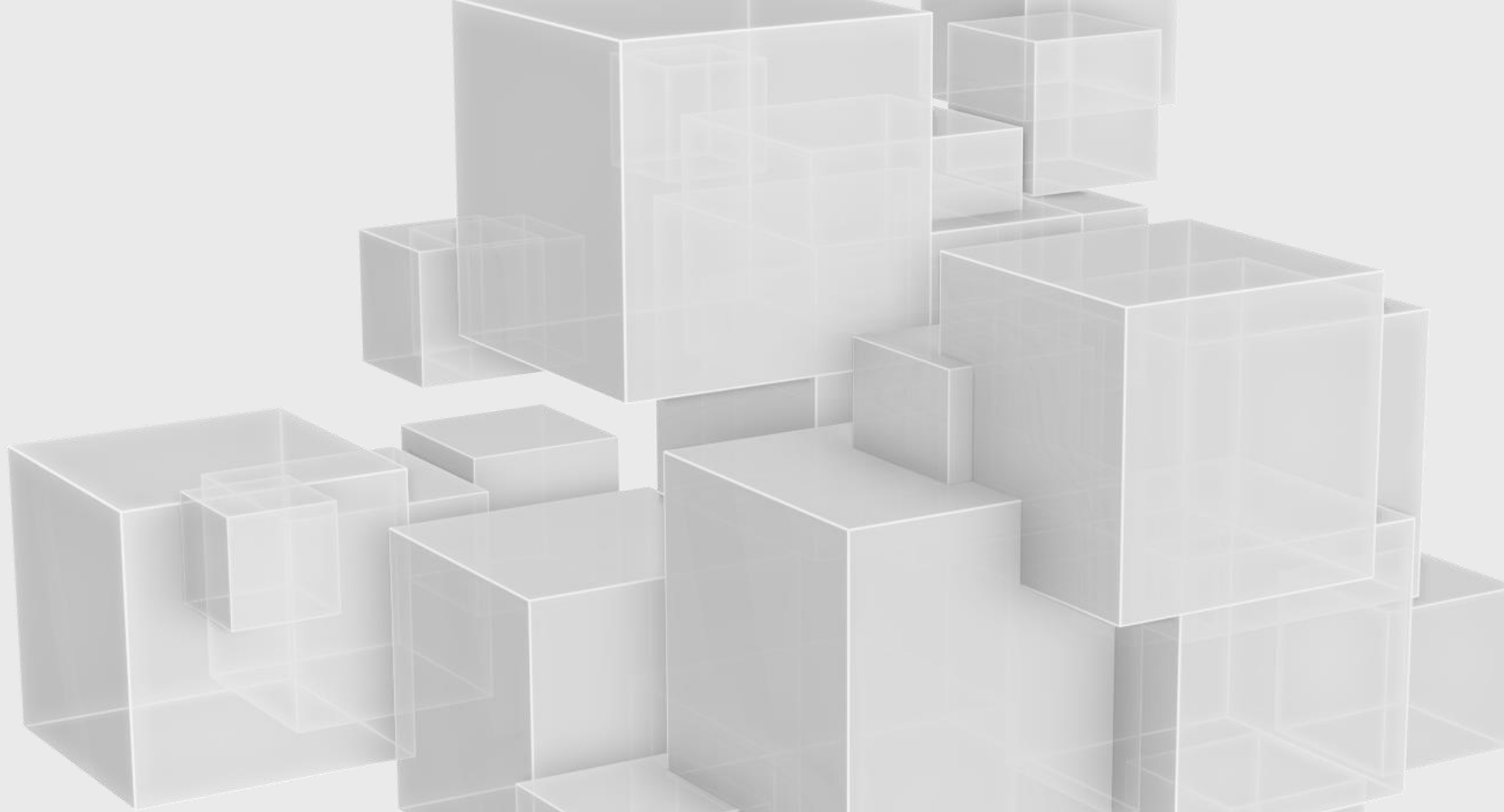
Co?



- ❏ **Punkty za zakupy lub aktywności**
(np. rejestracja, udział w ankietach)
- ❏ **Obniżki, promocje lub oferty specjalne**
(np. rabaty, darmowa dostawa, 2 w cenie 1)
- ❏ **Darmowe produkty lub usługi** po uzyskaniu określonego salda punktów lub wykonaniu aktywności (np. posiłek za 1 punkt po zrealizowaniu X zamówień, towar za 1 punkt po udziale w wyzwaniu)
- ❏ **Nagrody fizyczne**
- ❏ **Benefity lub usługi tylko dla uczestników**
(np. zaproszenia na wydarzenia specjalne)
- ❏ **Inne korzyści**, np. nagrody za polecenie i aktywność znajomego

Jaki model?





KROK 2: Dołączanie do programu

Sklep tradycyjny

Rejestracja na
formularzu / terminalu

Wydanie karty

Obsługa programu

Sprzedaż towarów i usług

Powiązane z cookies

- serwisowe
- marketingowe
- analityczne
- funkcjonalne

Strona www / aplikacja mobilna programu lojalnościowego

Landing page

Strona / aplikacja z
danymi

Zakładanie
konta

Reklama

Formularz
kontaktowy

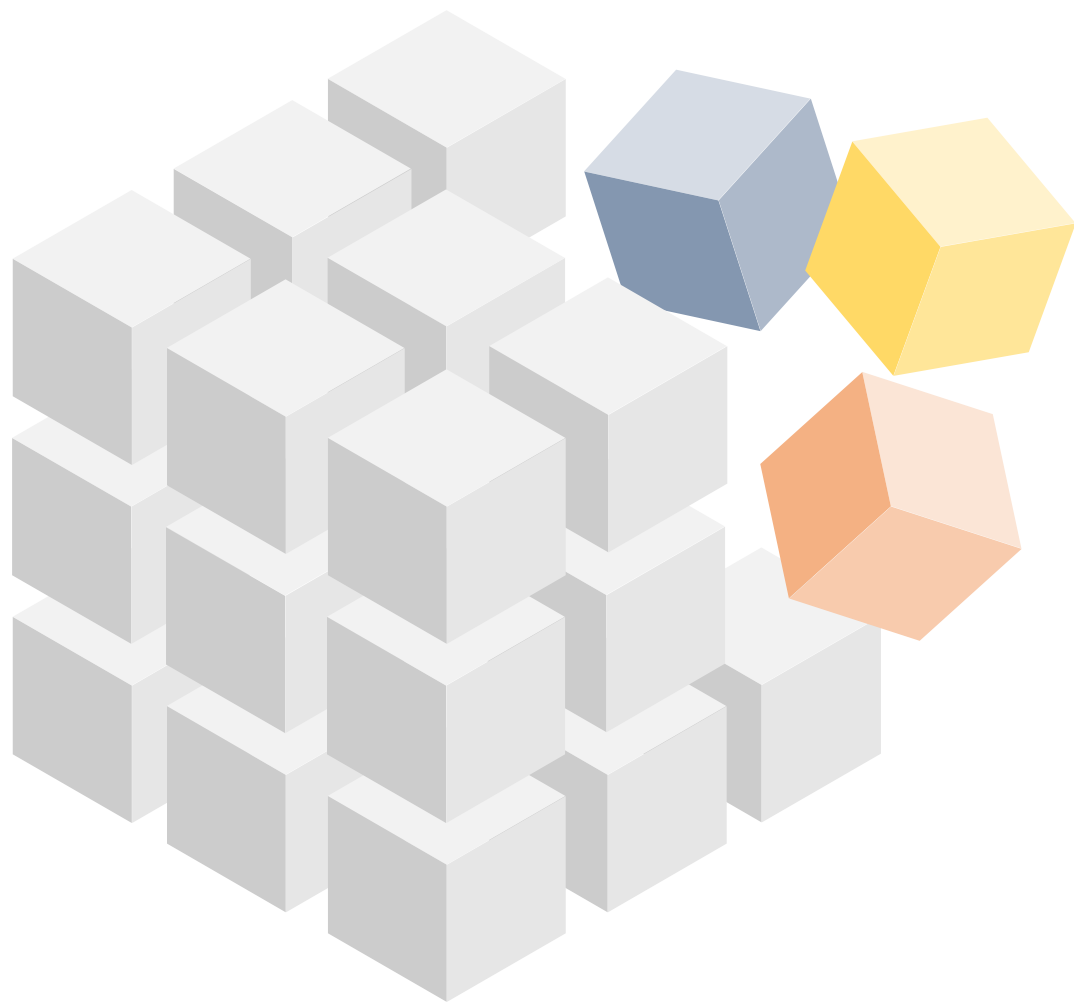
Newsletter

Push

Zgody
marketingowe

Reklama
kontekstowa
+ reklama
behavioralna

Formularz rejestracji

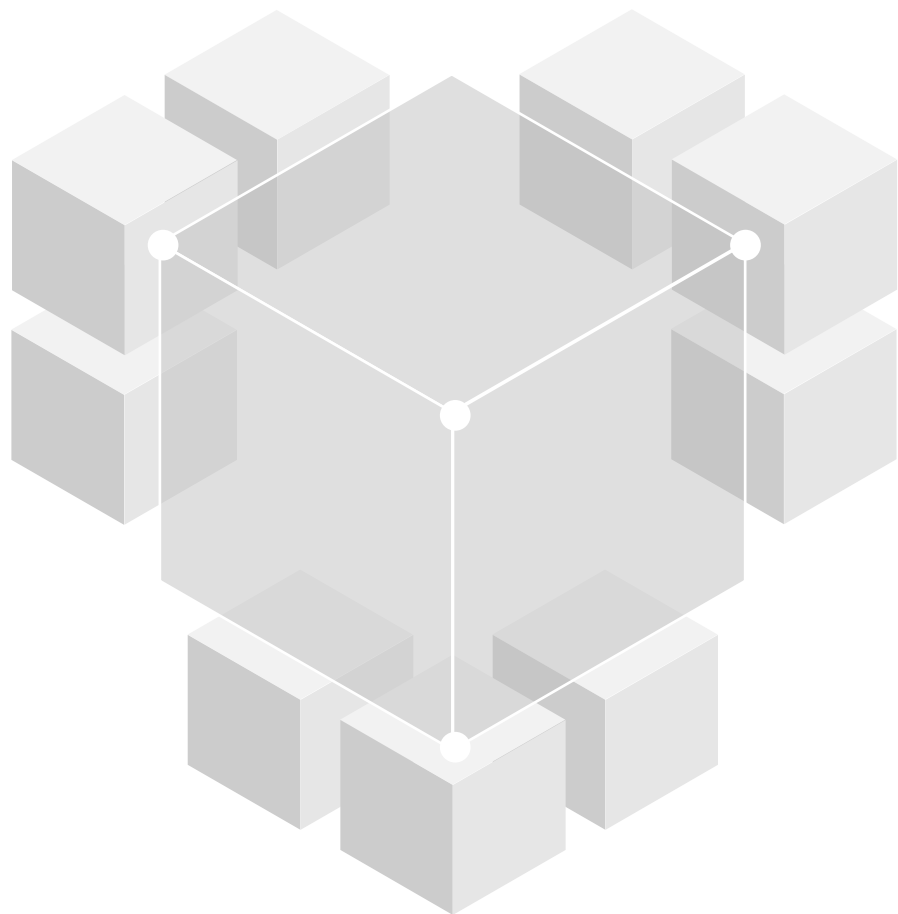


- ❏ Oznaczanie danych niezbędnych do zawarcia umowy
- ❏ Fokus na zasadę minimalizacji danych (RODO)
- ❏ Uwaga na dark patterns!

Regulamin udostępniamy przed zawarciem umowy (np. hiperłącze, pdf)



Checkboxy



1

Oświadczenie o zapoznaniu się z regulaminem programu lojalnościowego

2

Skrócony obowiązek informacyjny + link do Polityki Prywatności

3

Zgody towarzyszące (marketing, newsletter, udostępnianie danych do partnerów)

Zgody marketingowe

ZGODA NA RÓŻNE KANAŁY



Wyrażam zgodę na przekazywanie przez Programik sp. z o.o. informacji o najnowszych promocjach, ofertach i konkursach organizowanych przez Programik sp. z o.o. :

- ❏ za pośrednictwem poczty elektronicznej;
- ❏ za pośrednictwem SMS/MMS;
- ❏ za pośrednictwem połączenia telefonicznego.

Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Programik sp. z o.o. z siedzibą przy ul. Galaktycznej 12, 00-123 Szwecja. Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane w celu kierowania do Pani/Pana treści marketingowych wybranym kanałem komunikacji. Więcej informacji na temat przetwarzania danych osobowych, w tym o przysługujących Pani / Panu prawach, znajduje się w naszej Polityce Prywatności.

Newsletter

ZGODA NA NEWSLETTER PRZEZ JEDNOZNACZNĄ CZYNNOŚĆ POTWIERDZAJĄCĄ

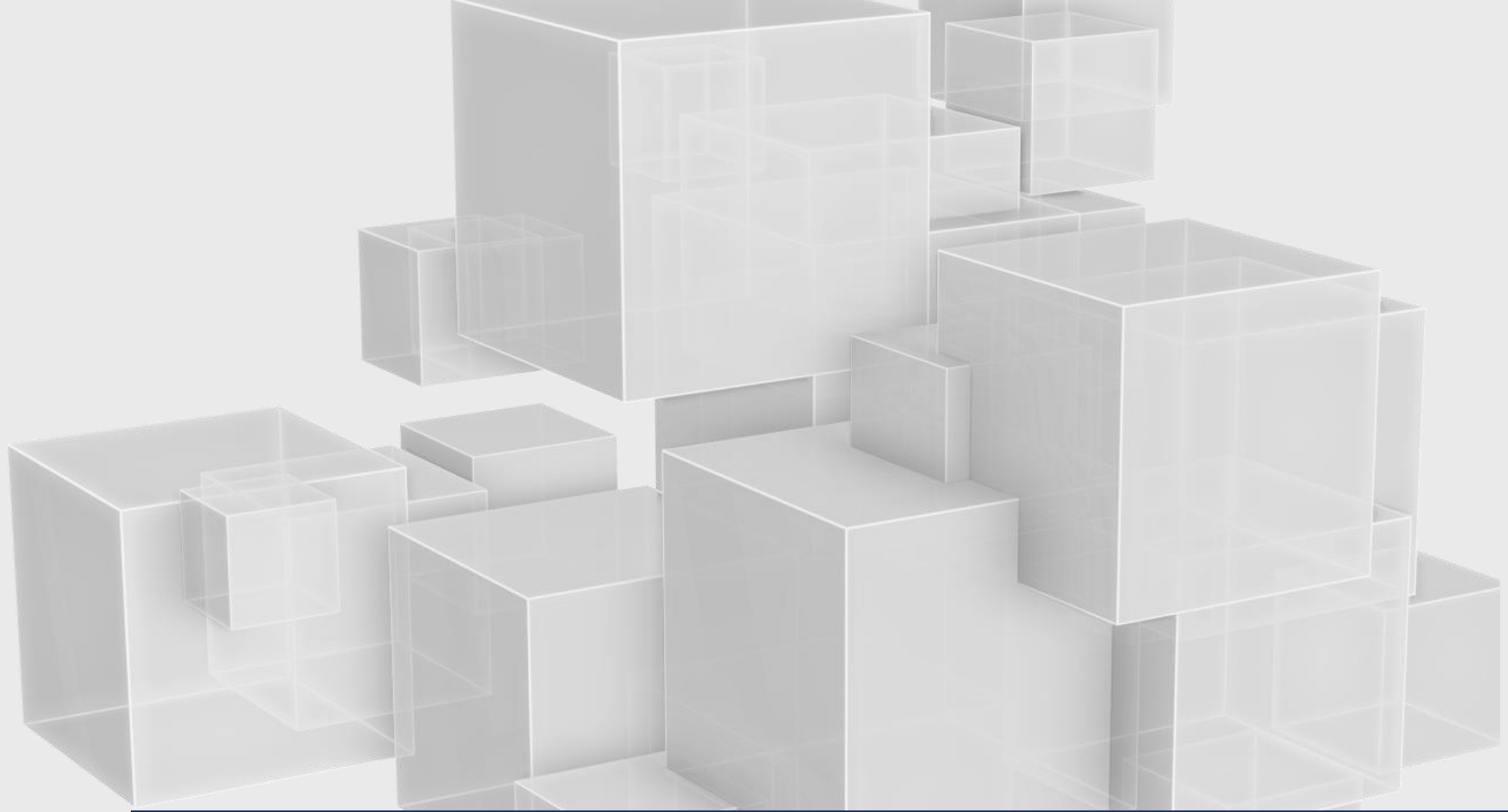


Uzupełnienie powyższego pola stanowi zgodę na otrzymywanie od Programik Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie newslettera zawierającego treści marketingowe dotyczące Programik sp. z o.o.. Zgodę można wycofać w każdym czasie. Wycofanie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania dokonanego przed jej wycofaniem.

ZGODA NA NEWSLETTER PRZEZ ZAZNACZENIE CHECKBOXA

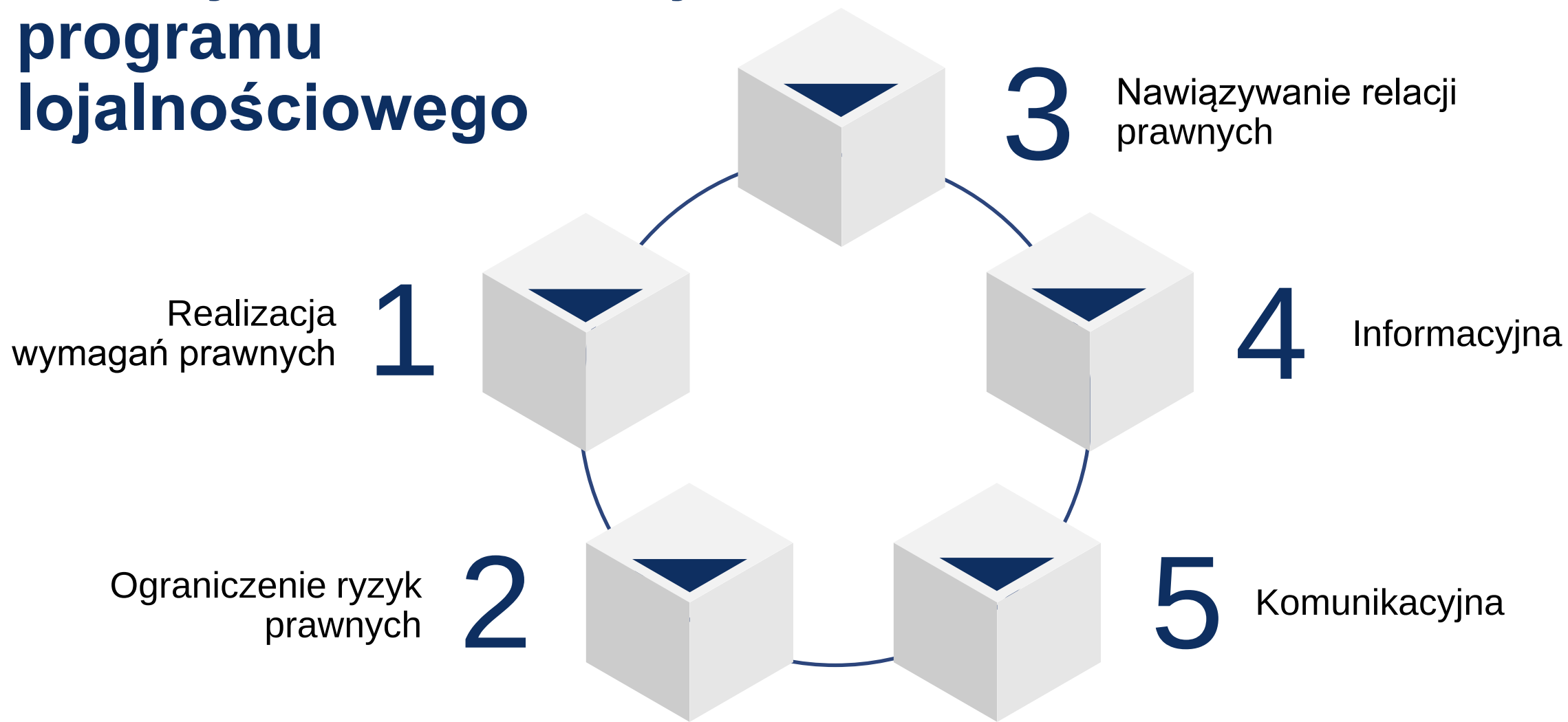


☐ Wyrażam zgodę na otrzymywanie od Programik Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie newslettera zawierającego treści marketingowe dotyczące Programik Sp. z o.o. Jestem świadomy/a, że mam prawo do wycofania zgody w każdym czasie. Wycofanie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania dokonanego przed jej wycofaniem.

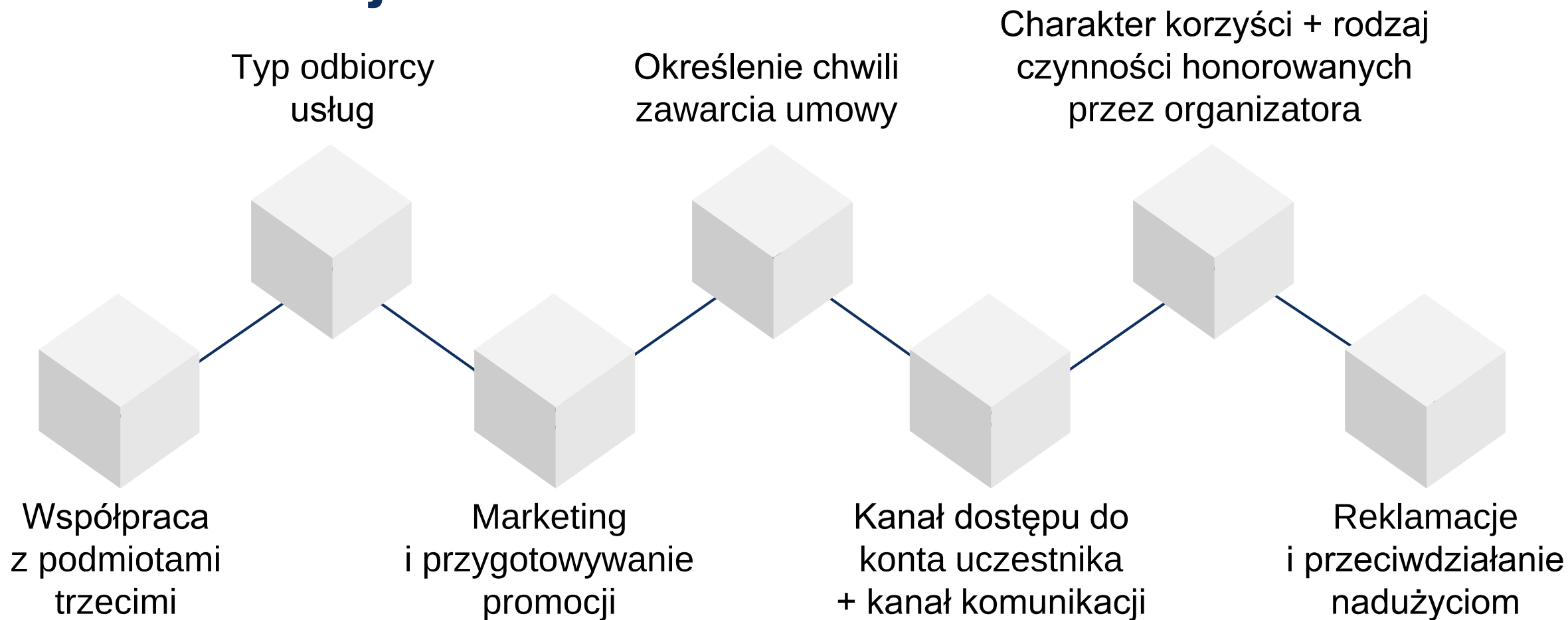


KROK 3: Opracuj wzorcową dokumentację

Funkcje dokumentacji programu lojalnościowego



Co wpływa na zakres i treść modelowej dokumentacji?



Co wziąć pod uwagę?

UŚUDE | KC | RODO

UPK | ROZPORZĄDZENIE 2019/1150

UZNK | UPNPR | UOKIK

PRAWO AUTORSKIE | PRAWO WŁASNOŚCI
PRZEMYSŁOWEJ | PRAWO PRASOWE

PRZEPISY BRANŻOWE | UKSC, PIT, KSH, KRS, PP

Modelowa dokumentacja prawna

Regulamin programu
lojalnościowego



Regulaminy promocji
dedykowanych

Regulamin serwisu /
aplikacji



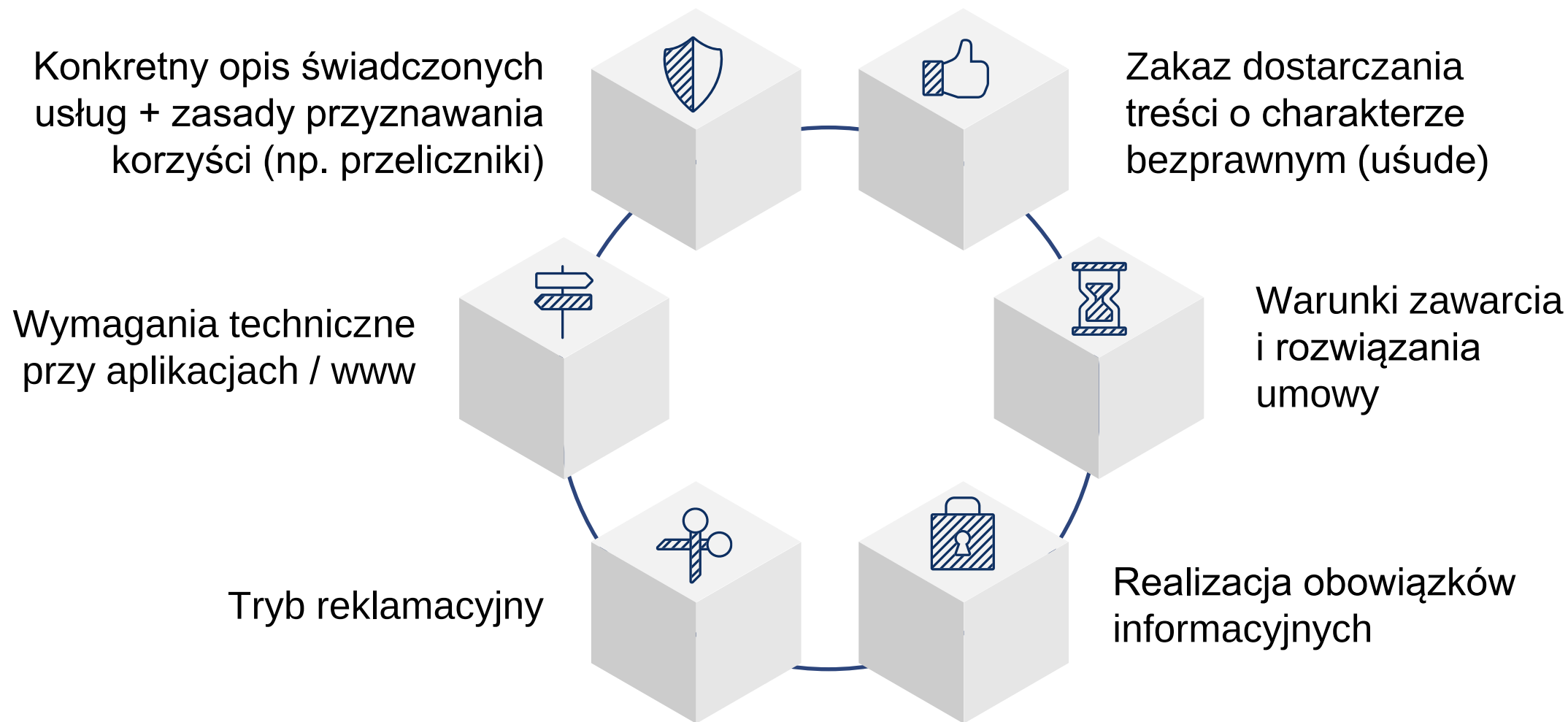
Zgody marketingowe

Polityka prywatności i klauzule
informacyjne



Narzędzie CMP
i Polityka cookies

Regulamin programu lojalnościowego: key points



Regulamin programu lojalnościowego: key points

- ❖ **Opis różnych strumieni rejestracji** (np. sklep, aplikacja, www)
- ❖ **Przykładowe zobowiązania organizatora:**
 - a. zapewnienie honorowania promocji/kuponów/bonów dostępnych dla uczestników np. w sklepach organizatora/sklepach sieci i umożliwienie uczestnikom korzystania z nich podczas zakupów
 - b. przyznawanie uczestnikom punktów za zakupy np. w sklepach organizatora/sklepach sieci lub za inne aktywności w programie
 - c. zapewnienie wymiany punktów na nagrody (uwaga na katalogi nagród/odbiór nagród w sklepach sieci)
 - d. umożliwienie rejestracji i obsługi konta w programie
- ❖ **Opis ścieżki uzyskania korzyści** (np. zeskanowanie kodu karty/nr klienta podczas zakupów w sklepie)

Obowiązki informacyjne

art. 12 upk: obowiązki związane z umową zawieraną na odległość

art. 206, 374 ksh; art. 20 pp: dane identyfikacyjne przedsiębiorcy

art. 13 RODO: obowiązki informacyjne administratora danych

art. 5 uśude: adresy elektroniczne, imię, nazwisko, miejsce zamieszkania i adres albo nazwę lub firmę oraz siedzibę i adres usługodawcy

art. 6 uśude: szczególne zagrożenia związane z korzystaniem z usługi, funkcje i cel oprogramowania

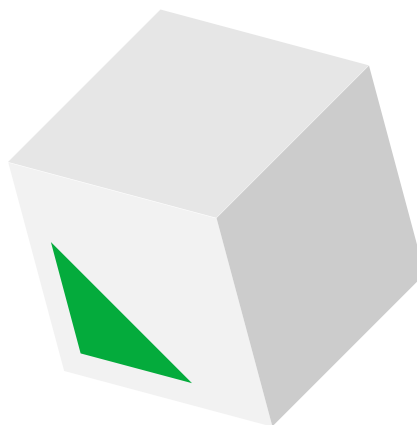
art. 66¹ § 2 kc: czynności techniczne, skutki prawne potwierdzenia oferty, zasady utrwalania treści umowy, korygowanie błędów, języki, kodeksy etyczne

Klauzule niedozwolone

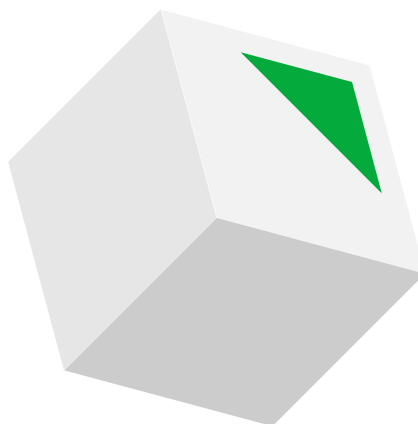
*Organizator zastrzega sobie
prawo, w każdym czasie,
do (...) wykluczenia (...)
poszczególnych usług i towarów
objętych Programem*



*Organizator zastrzega sobie
prawo anulowania punktów
w przypadku uzasadnionego
przypuszczenia, iż punkty
zostały przyznane przez
pomyłkę*



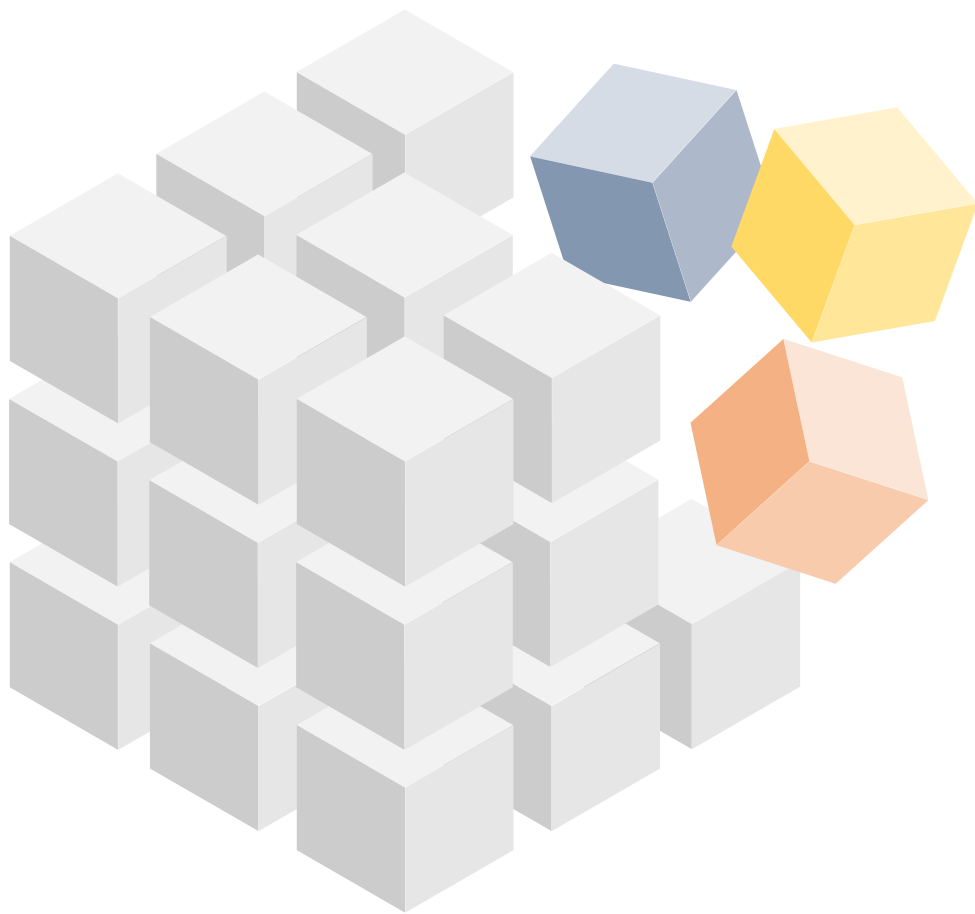
*Organizator zastrzega sobie
prawo do zawieszenia (...)
Programu w dowolnym
momencie*



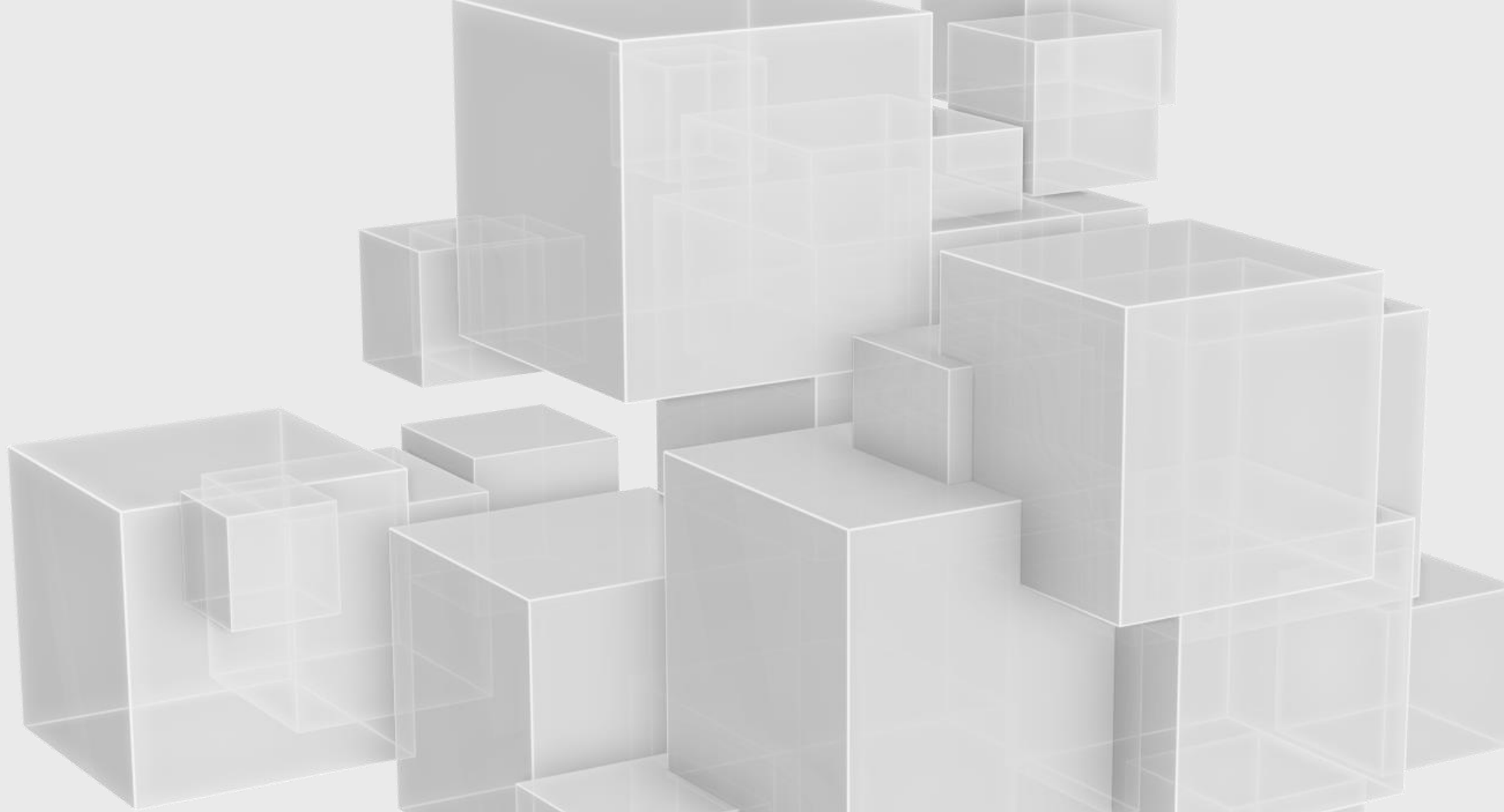
*Uczestnik programu może
zostać wykluczony przez (...)
z udziału, w każdym czasie,
a w tym w przypadku
naruszenia przez niego
postanowień Regulaminu*



Klauzule niedozwolone



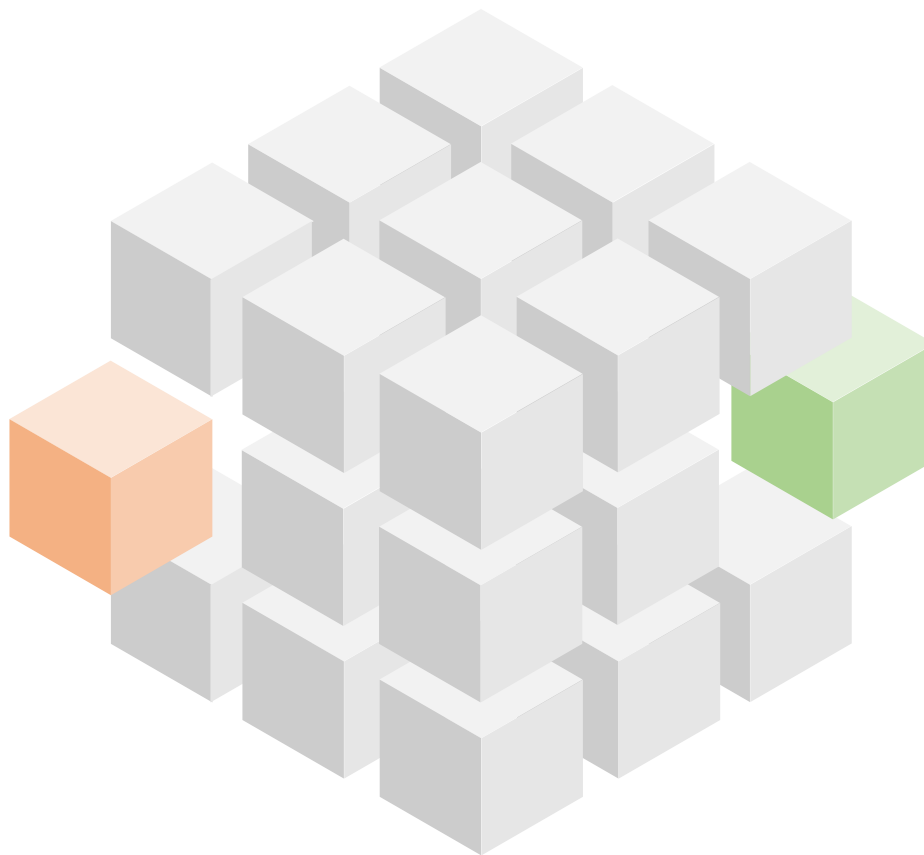
- ❏ *Organizator Programu nie ponosi odpowiedzialności za sytuację, kiedy uczestnik nie dowiedział się o zmianie Regulaminu Programu lub skierowanej do niego akcji specjalnej, jeśli informacje te były dostępne na stronie internetowej Programu*
- ❏ *Organizator Programu zastrzega sobie prawo do uaktualniania w każdym czasie, Katalogu nagród, w tym usuwania dotychczasowych i wprowadzania nowych Nagród, zmiany rodzajów i wartości punktowych Nagród, w szczególności w celu zapewnienia (...)*
- ❏ *Organizator zastrzega sobie prawo do zastąpienia zamówionego produktu innym podobnym lub wycofania poszczególnych produktów z katalogu*



KROK 4: Określ swoje działania promocyjne

Ceny w programach – Dyrektywa Omnibus i stanowisko Prezesa UOKIK

Promocje generalne,
„na wszystko”,
na konkretne towary /
usługi – obowiązek
podania najniższej
ceny



Promocje zindywidualizowane

- na konkretne towary /
usługi – obowiązek
podania najniższej ceny
- na dowolny produkt
– brak obowiązku
podania najniższej ceny

Przykładowy katalog produktów wyłączonych

- ❏ Napoje alkoholowe, w tym piwa
- ❏ Wyroby tytoniowe, papierosy elektroniczne, pojemniki zapasowe do papierosów elektronicznych i rekwizyty tytoniowe
- ❏ Produkty lecznicze, suplementy diety
- ❏ Preparaty do początkowego żywienia niemowląt i przedmioty służące do karmienia niemowląt
- ❏ Dowody udziału w grach hazardowych (np. kupony loteryjne)

O czym warto pamiętać?

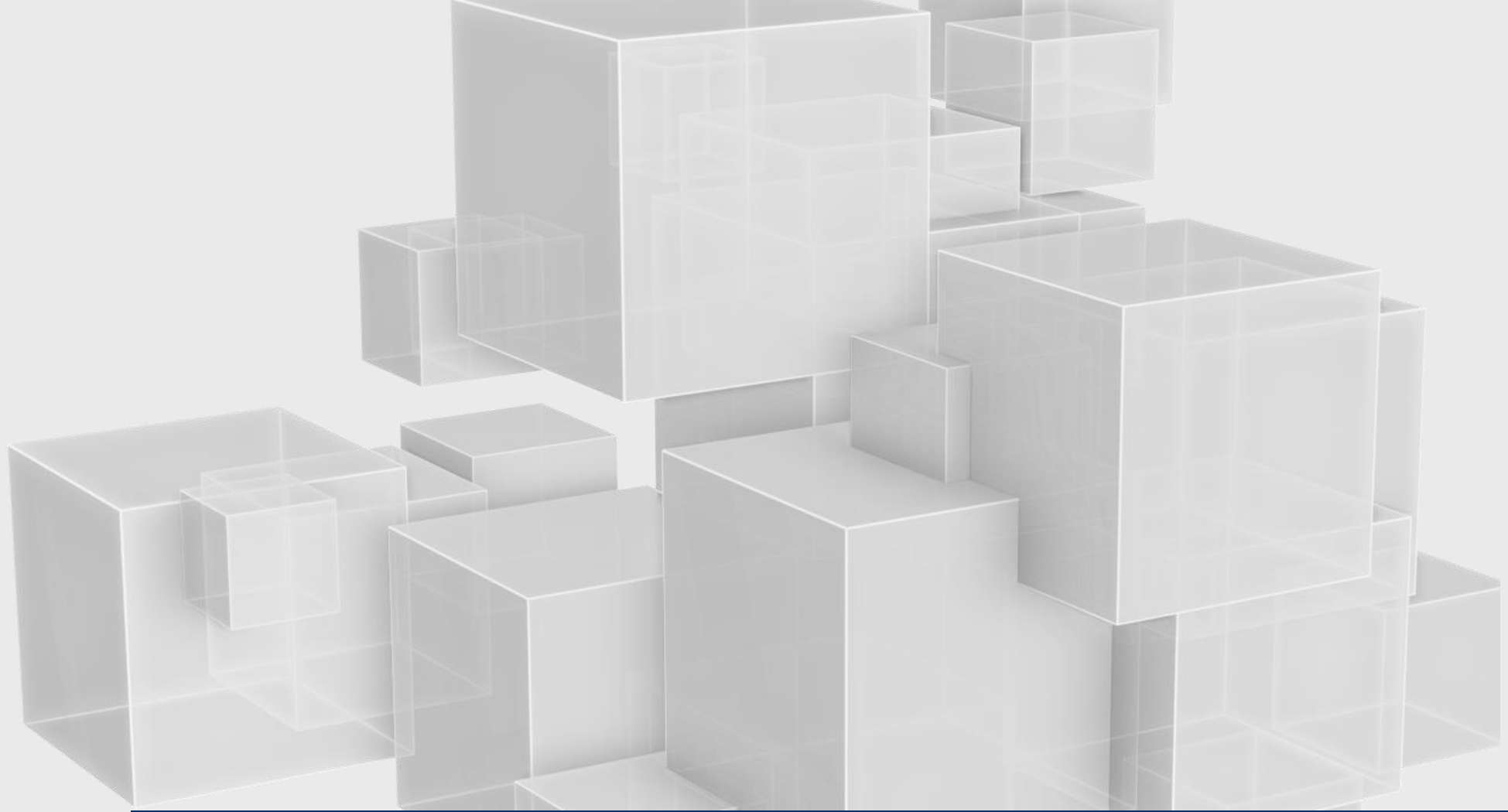
◆ Personalizacja ofert promocyjnych

◆ Regulamin:
podstawowe
działania
promocyjne /
aktywizacyjne

◆ Dodatkowe warunki konkursów /
promocji / grywalizacji:
uzupełniające zasady zdobywania
korzyści dostępnych tylko dla
uczestników programu

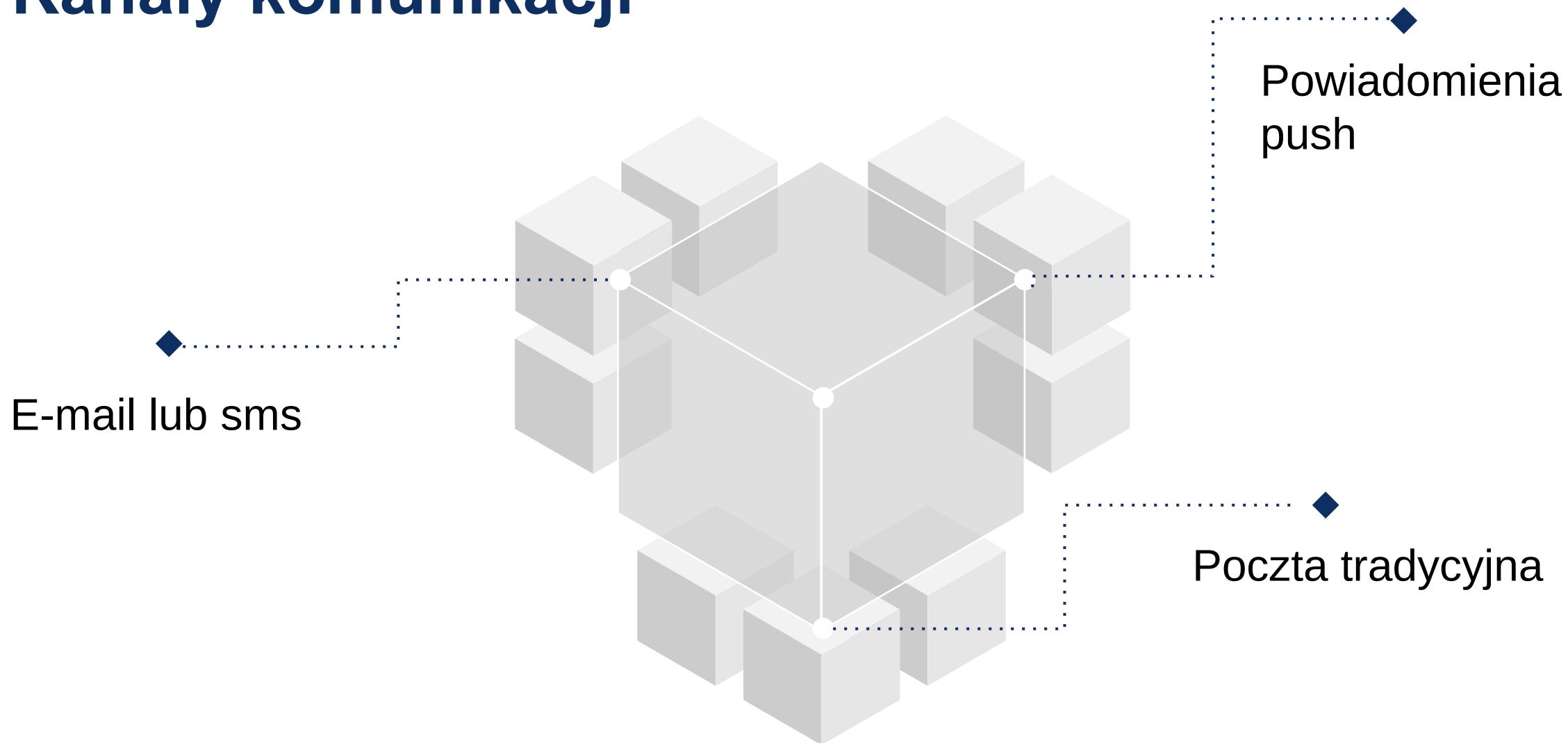
◆ Limity promocji
w programie (dienne,
tygodniowe, punktowe /
cenowe)

◆ Zwroty towarów i rozliczanie
zdobytych korzyści



KROK 5: Obsługa i komunikacja z uczestnikami

Kanały komunikacji



Postępowania fraudowe

BLOKADY CZASOWE KONT



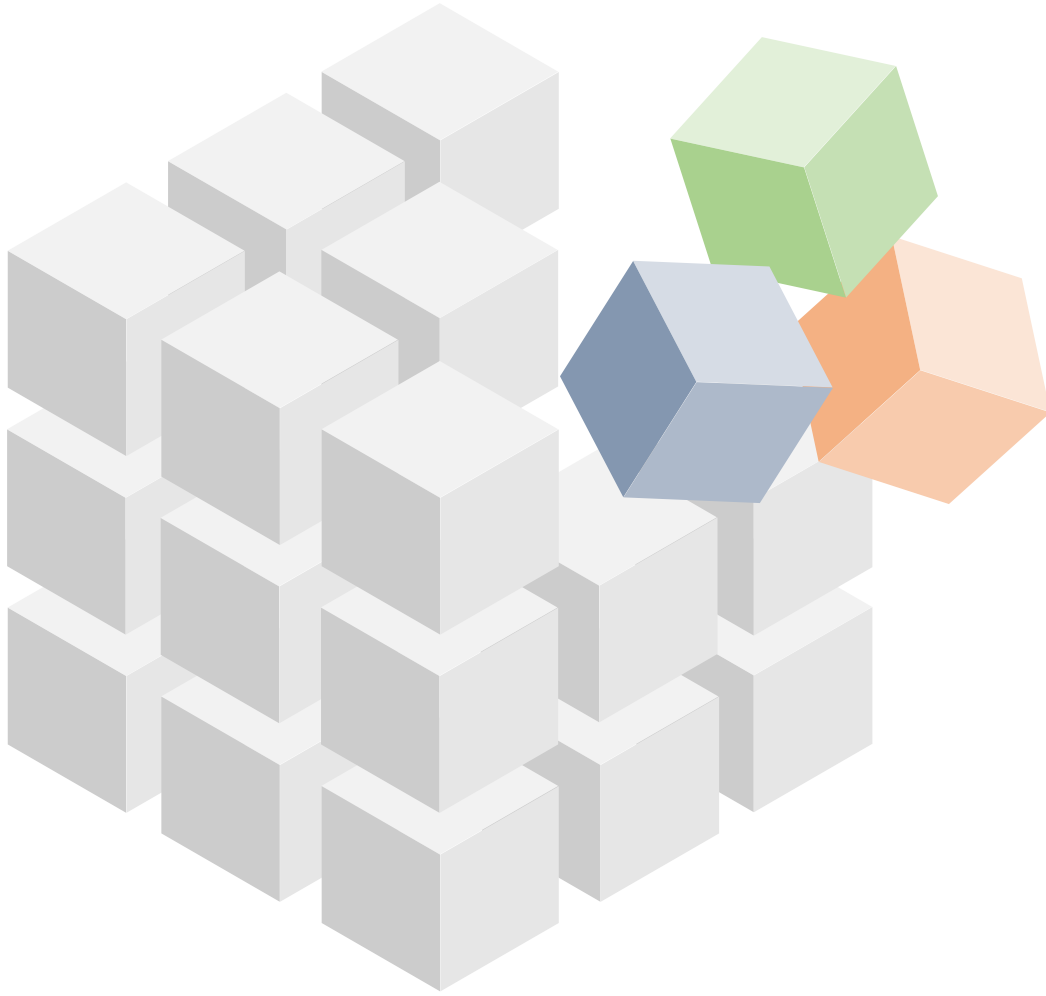
WAŻNE PRZYCZYNY
(REGULAMIN)



POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE
+ KONSEKWENCJE



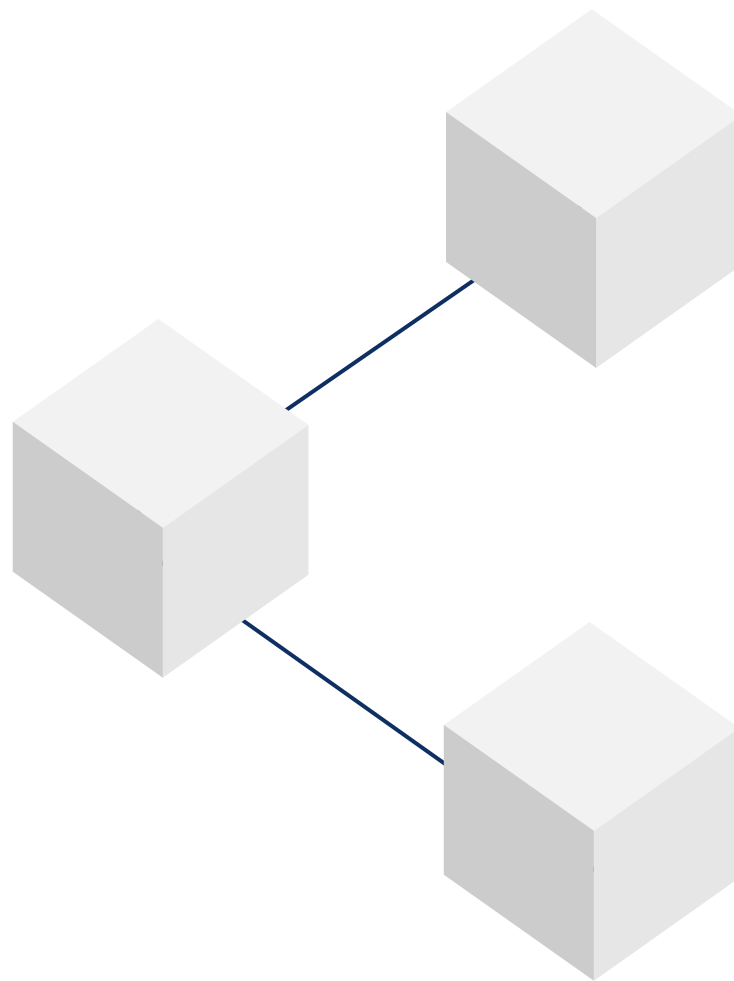
Martwe konta



- ❏ Określenie terminu braku aktywności
- ❏ Powiadomienia przypominające
- ❏ Rozwiązanie umowy z zachowaniem terminu wypowiedzenia

Zakończenie programu

Wykorzystanie benefitów przez określony czas



Obowiązki notyfikacyjne

Przenoszenie danych do nowego organizatora

Start programu w 5 krokach

	Określenie rodzaju i charakteru programu, w tym kategorii odbiorców i celów organizatora
	Opracowanie ścieżki dołączania nowych uczestników
	Przygotowanie niezbędnych dokumentów
	Wybór docelowych działań promocyjnych
	Wybór kanałów komunikacji i współpracy z uczestnikami



Aleksandra Urbanowicz

+ 48 795 516 978

aleksandra.urbanowicz@grclegal.pl