



MAGNUSSON

AR MANO E.PARDUOTUVĖ SAUGI?

VARTOTOJŲ TEISIŲ IR DUOMENŲ
APSAUGOS (BDAR) REGLAMENTAVIMAS

Viktorija Zaikauskienė, Asocijuota teisininkė
Magnusson Lietuva
2020 m. gruodžio 7 d.

SIMPLIFYING MATTERS



KODĖL KALBAME APIE SAUGUMĄ?



MAGNUSSON

**Pareiga
sukurti
saugią
apsipirkimo
aplinką**

VS.

**Siekis
auginti
reputaciją**

KAIP KURTI TEISINĮ SAUGUMĄ E.PARDUOTUVĖJE?



MAGNUSSON

ASMENS DUOMENŲ
APSAUGA



VARTOTOJŲ TEISIŲ
APSAUGA



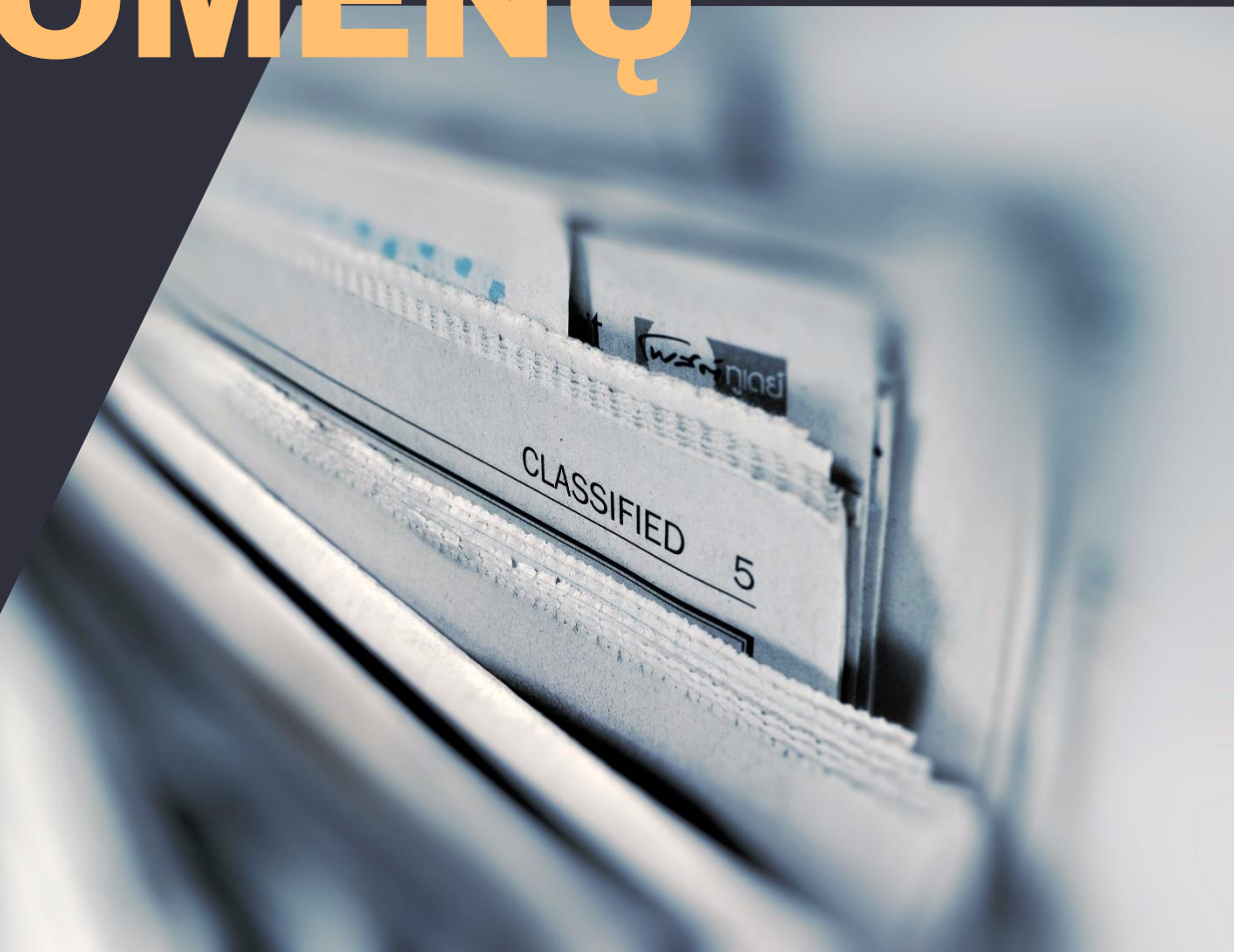
MAGNUSSON

6 ŽINGSNIAI LINK SAUGIOS E. PARDUOTUVĖS



MAGNUSSON

ASMENS DUOMENŲ APSAUGA



SIMPLIFYING MATTERS

ASMENS DUOMENŲ APSAUGA. REGLAMENTAVIMAS



MAGNUSSON

**BENDRASIS DUOMENŲ
APSAUGOS
REGLAMENTAS (BDAR)**

**PRIVATUMO IR
ELEKTRONINIŲ RYŠIŲ
DIREKTYVA**
(slapukai, tiesioginė
rinkodara, automatiniai
skambučiai)

**LR ELEKTRONINIŲ
RYŠIŲ ĮSTATYMAS**

**LR ASMENS DUOMENŲ
TEISINĖS APSAUGOS
ĮSTATYMAS**

**LR KIBERNETINIO
SAUGUMO ĮSTATYMAS**

**VALSTYBINĖS
DUOMENŲ APSAUGOS
INSPEKCIJOS
DIREKTORIAUS
ĮSAKYMAI ATSKIRAIS
KLAUSIMAIS**

**EUROPOS DUOMENŲ
APSAUGOS VALDYBOS
RENGTOS BDAR
GAIRĖS,
REKOMENDACIJOS IR
GEROJI PRAKTIKA**

**EUROPOS KOMISIJOS
SPRENDIMAI**
(dėl tinkamo duomenų
apsaugos lygio,
standartinių sutarčių
sąlygų)

BENDRASIS DUOMENŲ APSAUGOS REGLAMENTAS



MAGNUSSON

PRINCIPŲ ĮGYVENDINIMU GRĮSTAS, TECHNOLOGIŠKAI NEUTRALUS IR TIESIOGIAI
TAIKOMAS TEISĖS AKTAS.

DUOMENŲ TVARKYMO PRINCIPAI (BDAR 5 STR.)

TEISĖTUMAS,
SAŽININGUMAS,
SKAIDRUMAS

TIKSLO
APRIBOJIMAS

DUOMENŲ KIEKIO
MAŽINIMAS

TIKSLUMAS

SAUGOJIMO
TRUKMĖS
APRIBOJIMAS

VIENTISUMAS IR
KONFIDENCIALU-
MAS

ATSKAITOMYBĖ



MAGNUSSON

PIRMAS ŽINGSNIS. TVARKOMŲ ASMENS DUOMENŲ INVENTORIZACIJA

DUOMENŲ INVENTORIZACIJA



MAGNUSSON

KOKIUS DUOMENIS RENKATE?

Asmens duomenys - informacija, susijusi su asmeniu, kurio tapatybę galima nustatyti. Ne tik vardas, pavardė, pristatymo adresas, bet ir Facebook ar Google paskyrų duomenys, lojalumo kortelių duomenys ir kt.

KOKIU BŪDU JUOS RENKATE, KĄ SU JAIS DAROTE?

Pvz.: duomenis renkate vykdydami apklausas, užsakymo pateikimo metu, per puslapį prisijungiant prie Facebook paskyros? Kokie vyksta duomenų apdorojimo procesai?

KOKIE TVARKYMO TIKSLAI?

Tikslų gali būti ne vienas. Nuo to priklausys, kokį teisinį pagrindą pasirinkti.

KOKS SURENKAMŲ DUOMENŲ KIEKIS/MASTAS?

Kiek klientų apsiperka per dieną? Per mėnesį?

KAS IŠ JŪSŲ TUOS DUOMENIS GAUNA, APDOROJA? KOKIUS VEIKSMUS SU JAIS ATLIEKA?

Jūsų tiekėjai, partneriai, darbuotojai?

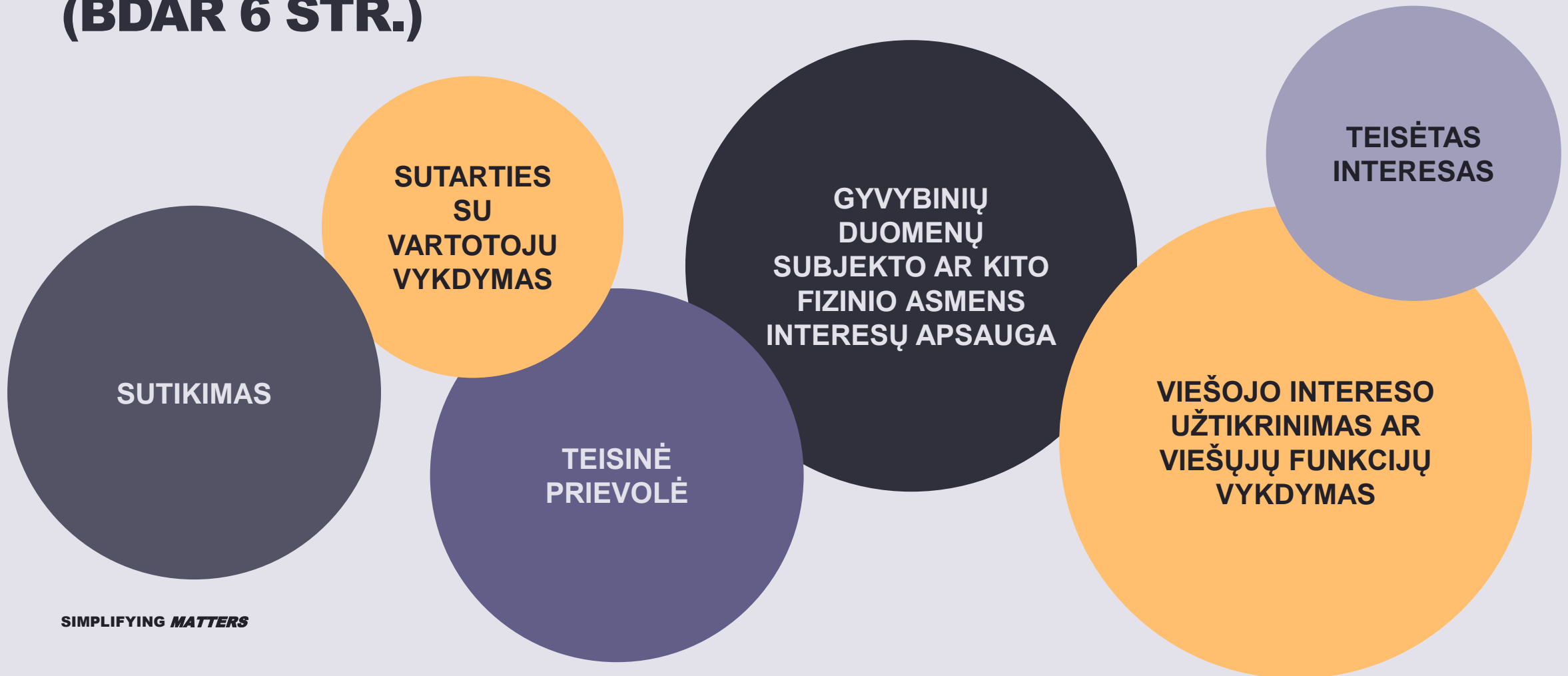
KOKIA DUOMENŲ SAUGOJIMO VIETA IR TERMINAI?

Saugote debesyje ar serveryje?

DUOMENŲ TVARKYMO TEISINIAI PAGRINDAI (BDAR 6 STR.)



MAGNUSSON



DUOMENŲ TVARKYMO VEIKLOS ĮRAŠŲ VEDIMAS (BDAR 30 STR.)



MAGNUSSON

DUOMENŲ TVARKYMO VEIKLOS ĮRAŠAS – vidinis pardavėjo dokumentas, aprašantis duomenų tvarkymo procesus ir nurodantis proceso teisinius pagrindus.

PRIVALOMAS, KAI DUOMENŲ TVARKYMAS ATLIEKAMAS REGULIARIAI.

DUOMENŲ TVARKYMO VEIKLOS ĮRAŠE TURĖTŲ BŪTI:

- duomenų valdytojo informacija;
- duomenų tvarkymo tikslai;
- duomenų subjektų ir asmens duomenų kategorijų aprašymas;
- duomenų gavėjai trečiosiose šalyse;
- (kai taikoma) asmens duomenų perdavimai į trečiąją valstybę arba organizacijai;
- perdavimų atvejais - tinkamų apsaugos priemonių dokumentai;
- kai įmanoma, numatomi įvairių kategorijų duomenų ištrynimo terminai;
- kai įmanoma, bendras techninių ir organizacinių saugumo priemonių aprašymas.



MAGNUSSON

**ANTRAS ŽINGSNIS.
PRIVATUMO POLITIKA
IR PRANEŠIMAS APIE
DUOMENŲ TVARKYMĄ**

PRIVATUMO POLITIKOS TURINYS



MAGNUSSON

**PRANEŠIMAS PIRKĖJUI
APIE ATLIEKAMĄ
DUOMENŲ TVARKYMĄ**

**SUBJEKTŲ TEISĖS IR JŲ
ĮGYVENDINIMO TVARKA**

**DUOMENŲ TVARKYTOJŲ
KATEGORIJOS**

**INFORMACIJA APIE
DUOMENŲ PERDAVIMĄ Į
TREČIAŠIAS ŠALIS,
JEIGU TOKS BŪTŲ**

**SLAPUKŲ POLITIKA (GALI
BŪTI IR ATSKIRA)**

**KITA, KAS AKTUALU
VYKDANT VEIKLĄ –
SVARBU AIŠKU IR
INFORMATYVU
VARTOTOJUI**

KLIENTŲ TEISĖS IR JŲ ĮGYVENDINIMAS



MAGNUSSON

- Pranešimas apie duomenų tvarkymą
- Susipažinti su tvarkomais duomenimis
- Teisė būti užmirštam
- Teisė ištaisyti duomenis ir apriboti duomenų tvarkymą
- Teisė į duomenų perkeliamumą
- Teisė nesutikti su duomenų tvarkymu
- Teisė reikalauti, kad dėl jų nebūtų priimtas sprendimas, kuris yra pagrįstas vien automatizuotu duomenų tvarkymu
- Teisė gauti pranešimą apie saugumo incidentą

TIESIOGINĖ RINKODARA. TEISĖ ATISAKYTI NEPAGEIDAUJAMOS REKLAMOS



MAGNUSSON

- Taikomas ne tik BDAR, bet ir Elektroninių ryšių įstatymas.
- Sutikimo tiesioginei rinkodarai reikia ir iš įmonių (direktoriaus ar įgalioto asmens).
- Būtina įvertinti, kaip gaunate sutikimą (būdai – akcijos, naujienlaiškio užsakymas, pirkimo metu ir pan.), kad pasirinktumėte tinkamą formą sutikimo gavimui.
- Būtina suteikti klientui galimybę nesutikti su tiesiogine reklama / bet kada atšaukti sutikimą.
- Sutikimo nereikia teisinio intereso pagrindu, bet tik esamiems klientams siūlant panašias paslaugas.

SLAPUKAI

- **Sutikimas nebūtinai** būtinųjų slapukų atveju
- **Sutikimas būtinai** socialinių papildinių sekimui, trečiųjų šalių slapukams, reklamos tikslais.
- **Išankstinis sutikimo žymėjimas** galimas tik būtinųjų slapukų atveju.
- Privaloma vartotojui suteikti slapukų **atsisakymo galimybę**.

Slapukai

Informuojame, kad šioje svetainėje naudojami slapukai (angl. cookies). Tęsdami naršymą Jūs sutinkate su būtiniais slapukais. Taip pat galite sutikti ir su kitais slapukais. Savo duotą sutikimą bet kada galėsite atšaukti pakeisdami savo interneto naršyklės nustatymus ir ištrindami įrašytus slapukus.

Būtinai slapukai



Kad svetainę būtų lengviau naudoti, būtiniais slapukais aktyvinamos pagrindinės funkcijos, pavyzdžiui, naršymo puslapiuose ir prieigos prie svetainės apsaugotų sričių. Be šių slapukų svetainė neveiks tinkamai.

Funkciniai slapukai



Dėl funkcinio slapuko svetainė įsima informaciją, nuo kurios priklauso svetainės veikimas ir išvaizda, pavyzdžiui, Jūsų pasirinkimas jus automatiškai prijungti.

Analitiniai slapukai



Naudodami analitinius slapukus, kurie renka anoniminę informaciją ir teikia jos ataskaitas, svetainės savininkai gali sužinoti, kaip lankytojai sąveikauja su svetaine.

Detalesnė informacija, kaip tvarkome asmens duomenis, pateikiama [privatumo pranešime](#)

Patvirtinti pažymėtus

Sutikti su visais

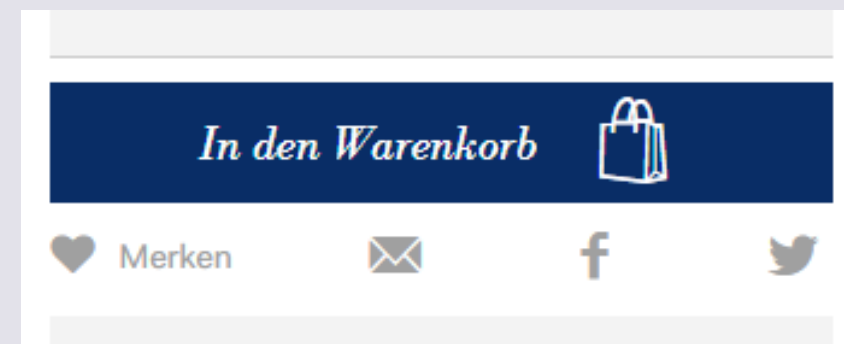
„FASHION ID“ ATVEJIS. ESTT BYLA C-40/17



MAGNUSSON

SITUACIJA:

Lankytojas prisijungia prie „Fashion ID“ svetainės. Kadangi svetainėje integruotas *social plug-in* „Facebook“ mygtukas „Patinka“, šio lankytojo asmens duomenys perduodami „Facebook Ireland“. Apie tai lankytojas neinformuojamas.



TEISMO IŠVADA:

„Facebook“ ir „Fashion ID“ yra bendri duomenų valdytojai. Mygtuko paspaudimo „Patinka“ parduotuvėje metu, „Fashion ID“ turi pateikti informaciją ir gauti sutikimą rinkti bei tvarkyti duomenis, bet tik savo tvarkymo operacijų atžvilgiu.



MAGNUSSON

TREČIAS ŽINGSNIS.
PATIKIMI DUOMENŲ
TVARKYTOJAI/BENDRI
VALDYTOJAI

DUOMENŲ TVARKYTOJAS AR VALDYTOJAS?



MAGNUSSON

KAS YRA DUOMENŲ VALDYTOJAS IR TVARKYTOJAS?

Spręsti atsakant į klausimą, ar veikia tik pagal kito subjekto nurodymą, ar pats sprendžia dėl duomenų tvarkymo.

KUO SKIRIASI ATSAKOMYBĖ?

Valdytojas atsako už duomenų tvarkymo teisėtumą; tvarkytojas – už valdytojo nurodymų nesilaikymą.

KAIP ĮSITIKINTI PATIKIMUMU IR APSAUGOTI SAVO INTERESĄ / APSAUGOTI KLIENTŲ DUOMENIS?

- Paprašyti su atliekamu duomenų tvarkymu susijusios dokumentacijos.
- Sudaryti susitarimus dėl duomenų tvarkymo.
- Rinktis rinkoje atpažįstamus paslaugų teikėjus arba prašyti pagrįsti patikimumą.

DUOMENŲ PERDAVIMAS Į TREČIAŠIAS ŠALIS



MAGNUSSON

- Trečiosios šalys – valstybės už EEE ribų (ES + Norvegija, Lichtenšteinas, Islandija)
- Jeigu yra sprendimas dėl tinkamumo, perdavimas prilyginamas ES
- Jeigu šalies tinkamumas nepripažintas:
 - Įmonėms privalomos taisyklės
 - Standartinės sutarčių sąlygos
 - Elgesio kodeksai ir sertifikavimo mechanizmai
 - Sutikimas, gavus visą būtiną informaciją



MAGNUSSON

VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGA

SIMPLIFYING MATTERS

VARTOTOJŲ TEISIŲ APSAUGA. REGLAMENTAVIMAS



MAGNUSSON

- **LR civilinis kodeksas** (6.305 – 6.370 str.; 6.228(1)- 6.228(16) str.)
- Vartotojų teisinės apsaugos įstatymas
- LR Reklamos įstatymas
- LR informacinės visuomenės paslaugų įstatymas
- Pavyzdinės nuotolinės sutarties ar ne prekybos patalpose sudarytos sutarties informacijos ir atsisakymo formos
- Gairės ūkio subjektams, prekiaujantiems internetu, dėl informacijos teikimo vartotojams.
- Kiti specifinių prekių pardavimą ar paslaugų teikimą reguliuojantys įstatymai ir poįstatyminiai teisės aktai.

NAUJA ES DIREKTYVA (ES) 2019/2161



MAGNUSSON

- Didesnės baudos už pažeidimus
- Didesnis tarpvalstybinis institucinis bendradarbiavimas (pvz. internetinės prekybos atveju)
- Geresnis vartotojų teisių gynimas (geresnės galimybės gauti kompensaciją)
- E. parduotuvės privalės informuoti, ar pardavėjas yra verslas ar kitas privatus asmuo
- Vartotojai turės būti informuoti, kokiais kriterijais buvo remtasi paieškos rezultatus
- Tikrų atsiliepimų politika
- Kainos individualizavimas



MAGNUSSON

**KETVIRTAS ŽINGSNIS.
AIŠKIOS PIRKIMO
E. PARDUOTUVĖJE
TAISYKLĖS**

PIRKIMO - PARDAVIMO TAISYKLIŲ SĄLYGOS (I) LR CK6.2287 STR.



MAGNUSSON

- Informacija, kad vartotojas, atsisakęs sutarties, turi padengti prekių grąžinimo išlaidas, o nuotolinių sutarčių atvejais – prekių grąžinimo išlaidas, jei prekės dėl savo pobūdžio paprastai negali būti grąžintos paštu;
- Pagrindinės prekės ar paslaugos savybės;
- Duomenys apie verslininką, įskaitant kontaktinius duomenis;
- Bendra prekių ar paslaugų kaina;
- Naudojimosi ryšio priemonėmis sudarant sutartį išlaidos, jeigu jos apskaičiuojamos ne pagal įprastus dydžius;

PIRKIMO - PARDAVIMO TAISYKLIŲ SĄLYGOS (II) LR CK6.2287 STR.



MAGNUSSON

- Apmokėjimo, pristatymo, sutarties vykdymo tvarka, prekių pristatymo ar paslaugų suteikimo terminas, verslininko atliekamo vartotojų skundų nagrinėjimo tvarka;
- Teisė atsisakyti sutarties;
- Informacija, kad vartotojas, atsisakęs sutarties pagal Civilinio kodekso 6.22810 straipsnio 9 ar 10 dalį, turi sumokėti verslininkui pagrįstas išlaidas;
- Prekės garantiniai terminai (įstatyminiai ir komerciniai, jei yra);
- Verslininkui taikomas elgesio kodeksas ir informacija, kaip su juo galima susipažinti;

PIRKIMO - PARDAVIMO TAISYKLIŲ SĄLYGOS (III) LR CK6.2287 STR.



MAGNUSSON

- Sutarties trukmė, o kai sutartis neterminuota ar pratęsiama automatiškai, – sutarties nutraukimo sąlygos;
- Minimali sutarties galiojimo trukmė;
- Užstatai ar kitos finansinės garantijos, kurias vartotojas turi pateikti ar sumokėti verslininko reikalavimu, ir jų taikymo sąlygos;
- Galimybė pateikti skundą ar reikalauti žalos atlyginimo ne teismo tvarka ir pasinaudojimo ja sąlygos;
- Skaitmeninio turinio funkcinės savybės, įskaitant taikomas technines apsaugos priemones
- Skaitmeninio turinio suderinamumas su technine ir programine įranga tiek, kiek verslininkas žino ar turi žinoti.

TEISĖ ATSIKASYTI SUTARTIES IR PREKIŲ GRAŽINIMAS



MAGNUSSON

- Nurodykite, kad ne visos nuotolinės sutartys gali būti nutrauktos vienašaliu atsisakymu;
- Aptarkite atvejus, kada gali būti gražinta panaudota prekė;
- Numatykite sutarties nutraukimo įforminimo tvarką ir tinkamai ją įgyvendinkite;
- Apibrėžkite su prekės gražinimu susijusių išlaidų apmokėjimo tvarką;
- Atskirkite kokybiškų ir nekokybiškų prekių gražinimo taisykles;
- Aiškiai įvardinkite pristatymo terminus ir aiškiai komunikuokite vėluojant pristatyti.

VARTOTOJŲ GINČAI



MAGNUSSON

**BŪTINA NUORODA Į
ELEKTRONINIO GINČŲ
SPRENDIMO PLATFORMĄ**

<http://ec.europa.eu/odr/>

**VVTAT GINČŲ NAGRINĖJIMO
SISTEMA <https://vtis.lt/portal/#/>**



„SCHLAFEN LEBEN WOHNEN“ ATVEJIS ESTT BYLA C-681/17



MAGNUSSON

SITUACIJA:

Ar čiužinys, kurio apsauginė pakuotė yra pažeista, gali būti gražintas pardavėjui kaip kokybiškas daiktas (pirkėjo teisė atsisakyti sutarties)?

TEISMO IŠAIŠKINIMAS:

- Išimtis „supakuotos prekės yra nebetinkamos gražinti dėl sveikatos apsaugos ar higienos priežasčių ir kurios vartotojo buvo išpakuotos jas pristčius“ netaikoma.
- Vartotojas turi teisę patikrinti nuotoliniu būdu įsigytą prekę, o dėl higienos užtikrinimo čiužinį galima išvalyti.
- Vartotojas atsako už bet kokią prekės vertę, sumažėjusią dėl veiksmų su preke, nebūtinų prekės patikrinimui, bet dėl to jis nepraranda teisės atsisakyti sutarties.

„AMAZON“ ATVEJIS

ESTT BYLA C-649/17



MAGNUSSON

SITUACIJA:

Ar prekyautojas privalo įrengti telefono ar fakso liniją arba sukurti naują elektroninio pašto adresą tam, kad sudarytų galimybę vartotojams su juo susisiekti, ar gali naudoti kitas komunikacijos priemones, pavyzdžiui, „chat“ arba grįžtamojo skambučio sistemą?

TEISMO IŠVADA:

Neprivalo. Būtina naudoti priemones, kurios atitinka veiksmingos komunikacijos kriterijus, kad vartotojas galėtų įgyvendinti savo teises. Bet parenkamos priemonės privalo būti saugios.

SISTEMINGAS PREKIŲ NEATSIUNTIMAS IR PINIGŲ NEGRAŽINIMAS.



SITUACIJA:

E. parduotuvėje prekiaavo šildymo ir oro kondicionavimo įrangą, tačiau siūlomų prekių vartotojams nepristatė, o sumokėtų pinigų negražino.

TEISMO IŠVADA:

Sisteminis pinigų už vartotojams neperduotas prekes negražinimas – viešojo intereso pažeidimas. Įmonei uždrausta vykdyti prekybą savo internetiniame puslapyje, puslapis užblokuotas.



ŠIS TINKLAPIS YRA BLOKUOJAMAS

Interneto svetainė, kurią bandote pasiekti, yra blokuojama.

Tokių priemonių imtasi nustačius, kad pardavėjas ar paslaugų teikėjas šiurkščiai ir sistemingai pažeidžia vartotojų apsaugos reikalavimus, nustatytus Vartotojų teisių apsaugos įstatyme, Lietuvos Respublikos civiliniame kodekse, Lietuvos Respublikos nesąžiningos komercinės veiklos vartotojams draudimo įstatyme ar Lietuvos Respublikos produktų saugos įstatyme.

Daugiau informacijos apie blokuojamą interneto svetainę galite rasti [čia](#).

Dėl iškilusių papildomų klausimų Jūs galite kreiptis į Valstybinę vartotojų teisių apsaugos tarnybą:

- telefonu +370 5 2626760
- el. p. a. tarnyba@vvtat.lt



MAGNUSSON

PENKTAS ŽINGSNIS. (NE)KL Aid INANTI REKLAMA

KL Aidinančios reklamos būtina vengti



MAGNUSSON

REKLAMOS ĮSTATYMO 5 STR. 2 D.:

- reklamoje pateikiami **teiginiai yra neteisingi**, jeigu reklamos davėjas negali pagrįsti šių teiginių teisingumo jos naudojimo metu;
- reklamoje pateikiama **informacija yra neišsami**, jeigu praleista tam tikra informacijos dalis, kurios pateikimas, atsižvelgiant į kitą toje reklamoje pateikiamą informaciją, būtinai reikalingas, kad būtų išvengta reklamos vartotojų suklaidinimo;
- reklamos pateikimo **būdas ar forma** yra tokie, kad reklamos vartotojas **gali suvokti numanomą neteisingą** (klaidinantį) reklamos teiginį.

KL Aidinančios reklamos atvejis (I)



SITUACIJA: INTERNETINĖS BUITINĖS TECHNIKOS PARDUOTUVĖS REKLAMA „IŠPARDAVIMAS! NUOLAIDOS IKI 40%!“

- Paspaudus reklamos nuorodą, naujame lange skelbta informacija „Kavos aparatams, kompiuteriams ir planšetėms taikomos nuolaidos iki 30%., o laikrodžiams – iki 40%“.
- Realiai nurodytos prekės siūlytos su gerokai mažesnėmis nuolaidomis – nurodytos buitinės ir kompiuterinės technikos su 30% nuolaida nebuvo išvis, o iš 17 parduodamų laikrodžių su 40% nuolaida siūlytas tik vienas.

TEISMO IŠVADA: TAI - KLaidinanti reklama, nes:

- maksimali 30% nuolaida reklamos skleidimo metu nebuvo taikyta nė vienam kavos aparatui, kompiuteriui ar planšetei;
- Reklamoje, kurioje nurodoma, kad laikrodžiams taikoma iki 40% dydžio nuolaida, informacija apie paslaugos kainą yra esminė, daranti įtaką vartotojo ekonominiam elgesiui. Reklamoje nesant jokios papildomos informacijos apie prekių kiekį, kuriam tokia nuolaida taikoma, vartotojas galėjo pagrįstai tikėtis, kad ši nuolaida bus taikoma tam tikram prekių kiekiui, t. y. daugiau nei vienai prekei.

KL Aidinančios reklamos atvejis (II)



MAGNUSSON

SITUACIJA: INTERNETINĖS PARDUOTUVĖS AKCIJOS „NUOLAIDOS TIK ŠIANDIEN / TIK 2/4/5 DIENAS!”

- E. parduotuvėje kelioms būtines technikos prekėms skelbtos riboto laikotarpio akcijos trukdavo 1, 2, 4 arba 5 dienas, kurioms praėjus, po kelių dienų ar netgi kitą dieną analogiški akcijų pasiūlymai buvo pradedami skleisti iš naujo.
- Tokios besikartojančios akcijos, pažymėtos mažėjantį laiką skaičiuojančiu laikrodžiu, skelbtos nuo 4 iki 9 kartų.

TEISMO IŠVADA: TAI - KLaidinanti reklama

Skleista reklama galėjo skatinti vartotoją įsigyti siūlomą prekę kuo greičiau ir ribojo jo galimybę priimti teisinga informacija paremtą sprendimą.

KL Aidinančios reklamos atvejis (III)



MAGNUSSON

SITUACIJA: INTERNETINĖS PARDUOTUVĖS REKLAMA „PIRMAM APSIPIRKIMUI – 10% NUOLAIDA“

E. parduotuvėje suteikiama 10 proc. nuolaida pirmam pirkinį krepšeliui, tačiau vėliau paaiškėja, kad papildoma nuolaida negalioja prekėms su akcija.

TEISMO IŠVADA: TAI - KL Aidinanti reklama

Minimoje reklamoje nebuvo pateikta išsami informacija dėl nuolaidos taikymo sąlygų, todėl nauji užsiregistravę vartotojai pagrįstai galėjo tikėtis gauti nuolaidą bet kurioms išsirinktoms prekėms.

KLaidinančios reklamos atvejis (IV)



MAGNUSSON

SITUACIJA: AUTOSERVISO REKLAMA „SUTEIKIAME GARANTIJĄ DARBAMS“

- Internetiniame puslapyje ir socialiniame tinkle „Facebook“ skelbiamoje reklamoje nurodoma, jog autoservisų tinklas užtikrina „ne tik kvalifikaciją, darbų kokybę, bet ir realiai veikiančią garantiją“.
- Tyrimo metu nustatyta, kad pati bendrovė automobilių remonto paslaugų neteikia (jas teikia bendrovės partneriai) ir už autoservisų atliktus darbus atsakomybės neprisiima.

TEISMO IŠVADA: TAI - KLaidinanti reklama

Vidutinis vartotojas, pamatęs tokią reklamą, galėjo pagrįstai tikėtis, kad skelbiamą garantiją teikia reklamą išleidęs verslas, dėl ko galėjo būti paskatintas rinktis būtent šios bendrovės paslaugas. Tokia reklama galėjo klaidinti vartotojus dėl teikiamų paslaugų ir garantijų pobūdžio.



MAGNUSSON

ŠEŠTAS ŽINGSNIS. PATIKIMA E. PARDUOTUVĖS IŠVAIZDA

SIMPLIFYING MATTERS

NEPATIKIMŲ (NETIKRŲ) E. PARDUOTUVIŲ POŽYMIAI



MAGNUSSON

KAIP NEKELTI ABEJONIŲ DĖL PATIKIMUMO?

- Vengti gramatinių klaidų;
- Nurodyti aiškius kontaktus ir būti visada pasiekiamiems (nebent nurodytos darbo valandos);
- Aiškiai komunikuoti apie prekės kokybę (sertifikatai, kokybės ženklai);
- Suteikti galimybę klientams palikti atsiliepinimus/skundus;
- Aiškiai nurodyti prekių gražinimo tvarką ir kitas taisykles;
- Komunikuoti ir bendradarbiauti su klientu.

6 ŽINGSNIAI LINK SAUGIOS PARDUOTUVĖS



MAGNUSSON

1. **Duomenų inventorizacija** – žinokite ką, kaip ir kodėl tvarkote.
2. **Privatumo politika ir pranešimas apie duomenų tvarkymą** – aiškiai ir tiksliai informuokite klientą apie jo atžvilgiu atliekamą duomenų tvarkymą ir kliento teises.
3. **Duomenų gavėjai (tvarkytojai/bendri valdytojai)** – įsitikinkite paslaugų teikėjų bei partnerių patikimumu, sudarykite susitarimus .
4. **Aiškios pirkimo e. parduotuvėje taisyklės** – išsamiai, bet patogiai pateikite informaciją klientui apie įsigyjamąs prekes (paslaugas), kliento teises ir pareigas bei ginčų nagrinėjimą.
5. **Klaidinančios reklamos vengimas** – atsakingai ruoškite reklamas, kad siekdami patraukti kliento dėmesį neprarastumėte reputacijos
6. **Patikima e. parduotuvės išvaizda** – venkite nepatikimų/netikrų e. parduotuvių požymių.

EXTRA - PAPILDOMAS PATARIMAS



MAGNUSSON

**KOMUNIKUOKITE SU
KLIENTU AIŠKIAI – TAI
ITIN SVARBU SIEKIANT
TEISINIO SAUGUMO!**

SIMPLIFYING MATTERS





MAGNUSSON



SUSISIEKIME

VIKTORIJA ZAIKAUSKIENĖ

Asocijuota teisininkė, Magnusson Lietuva

viktorija.zaikauskiene@magnussonlaw.com

www.magnussonlaw.com/lt/

LinkedIn: [Magnusson Lietuva](#)

Prezentacijoje panaudotų nuotraukų autoriai: Brooke Cagle, Absolut Vision, Nik Macmillan, Headway ir Randy O'Rourke.



MAGNUSSON

SIMPLIFYING MATTERS

WWW.MAGNUSSONLAW.COM/LT