

SPRAWDŹ SAM, ZANIM SPRAWDZI CIĘ UOKIK, UODO ALBO KLIENT

Czy Twój sklep internetowy spełnia wymogi prawa? Checklista w 10 punktach

Przejdź 10 punktów, na których najczęściej „wykłada się” polski sklep online — od obowiązków informacyjnych, przez ceny i zwroty, po RODO i cookies. To diagnoza wstępna, nie opinia prawna — ale pokaże Ci, gdzie masz luki i co warto poprawić.

Jak korzystać

Zaznacz kwadrat po prawej tylko przy tych punktach, które masz realnie wdrożone i mógłbyś to udowodnić — nie „chyba tak”. Puste kwadraty to Twoja lista zadań. Przy każdym punkcie jest krótka wskazówka „co zrobić”, żebyś mógł go poprawić sam.

1 Pełne dane sprzedawcy i dostępny regulamin ☐

Czy widać, kto sprzedaje (nazwa/firma, adres, NIP, e-mail, telefon), a regulamin jest dostępny przed zakupem i da się go zapisać lub wydrukować? Klienta nie wiążą postanowienia, których mu nie udostępniono.

Co zrobić:

uzupełnij stopkę i zakładkę „Regulamin” oraz podlinkuj go w koszyku.

2 Jednoznaczny przycisk zamówienia ☐

Czy przycisk kończący zakup mówi wprost o zapłacie — „Zamawiam z obowiązkiem zapłaty” lub równoważnie? Samo „Zamawiam” czy „Kupuję” to za mało; przy wadliwej etykietce umowa może w ogóle nie dojść do skutku.

Co zrobić:

zmień napis na przycisku w koszyku/checkout.

3 Ceny przy obniżkach (Omnibus) ☐

Czy przy każdej promocji pokazujesz najniższą cenę z 30 dni przed obniżką? Dotyczy też cen przekreślonych i hasła „-30%”.

Co zrobić:

włącz w silniku sklepu wyświetlanie najniższej ceny z 30 dni albo dodawaj ją ręcznie przy każdej promocji.

4 Uczciwe opinie klientów ☐

Jeśli pokazujesz opinie lub oceny: czy informujesz, czy i jak sprawdzasz, że pochodzą od osób, które faktycznie kupiły? Zamieszczanie fałszywych lub „podkręcanych” opinii jest zakazane jako nieuczciwa praktyka rynkowa.

Co zrobić:

dodaj krótką informację o weryfikacji opinii albo wyłącz opinie, których nie weryfikujesz.

- 5

Prawo odstąpienia i pouczenie (14 dni)

☐

Czy klient dostaje jasne pouczenie o 14-dniowym prawie odstąpienia od umowy i wzór formularza zwrotu? Jeśli go nie poinformujesz, prawo do odstąpienia wydłuża się nawet do 12 miesięcy.

Co zrobić:

dołącz pouczenie i wzór formularza do regulaminu oraz do maila potwierdzającego zamówienie.
- 6

Treści i usługi cyfrowe — zgoda na start

☐

Sprzedajesz e-booki, kursy, pliki albo subskrypcje? Czy przed rozpoczęciem (przed upływem 14 dni) odbierasz wyraźną zgodę klienta i potwierdzenie, że traci wtedy prawo odstąpienia? Bez tego klient może odstąpić mimo pobrania pliku.

Co zrobić:

dodaj checkbox zgody przy zakupie treści cyfrowej i potwierdź ją w mailu.
- 7

Reklamacje wg „zgodności z umową”

☐

Czy Twój proces reklamacji działa według reżimu zgodności towaru i treści cyfrowej z umową (obowiązuje od 2023 r.) — najpierw naprawa/wymiana, potem obniżenie ceny lub odstąpienie? I czy odpowiadasz konsumentowi w 14 dni? Brak odpowiedzi w terminie oznacza uznanie reklamacji.

Co zrobić:

opisz ścieżkę reklamacji w regulaminie i pilnuj 14-dniowego terminu.
- 8

Cookies i zgody

☐

Czy baner cookies zbiera zgodę, zanim załadują się cookies inne niż niezbędne, a przycisk „Odrzuć” jest tak samo łatwy jak „Akceptuję”? Domyślnie zaznaczone zgody i „ściana cookies” to częste błędy.

Co zrobić:

ustaw baner tak, by analityka i remarketing uruchamiały się dopiero po zgodzie.
- 9

RODO — minimum, które musisz mieć

☐

Czy masz politykę prywatności z klauzulami informacyjnymi (kto, po co i na jakiej podstawie przetwarza dane), umowy powierzenia z hostingiem, pocztą, księgową i narzędziem do mailingu, a newsletter wysyłasz wyłącznie za zgodą? Wiele sklepów musi też prowadzić rejestr czynności przetwarzania.

Co zrobić:

uzupełnij politykę prywatności, zbierz umowy powierzenia i włącz zgodę marketingową przy zapisie na newsletter.
- 10

Klauzule w regulaminie + nowe obowiązki

☐

Czy Twój regulamin nie zawiera klauzul niedozwolonych (np. narzucanie konsumentowi sądu właściwego, blokowanie reklamacji) — porównaj go z rejestrem klauzul UOKiK. I czy bierzesz pod uwagę nowe obowiązki: GPSR (informacje o bezpieczeństwie i danych producenta, od 13.12.2024) oraz dostępność cyfrową (EAA — od 28.06.2025; mikroprzedsiębiorca świadczący usługi jest zwolniony)?

Co zrobić:

przejrzyj regulamin pod kątem rejestru UOKiK i sprawdź, czy dotyczą Cię GPSR i wymóg dostępności.

Twój wynik — ile kwadratów zostało pustych?

- 0–1** Solidna podstawa. Wracaj do checklisty co kilka miesięcy — prawo e-commerce zmienia się szybko.
- 2–4** Masz realne luki. Zaczynj od obowiązków informacyjnych (dane, regulamin, przycisk zamówienia) i od prawa odstąpienia — to najczęstsze przyczyny sporów z konsumentami.
- 5+** Sklep działa na nieuporządkowanych fundamentach. Zrób porządek dokument po dokumencie, zanim zgłosi się niezadowolony klient, UOKiK albo UODO.

Wolisz mieć to z głowy?

Gotowe, komentowane wzory — regulamin, polityka prywatności, cookies i RODO — z instrukcją wdrożenia krok po kroku znajdziesz w pakiecie „Legalny sklep internetowy”: mecenasbiznesu.com/sklep/pakiet-legalny-sklep. A jeśli wolisz, żeby ktoś przejrzał konkretnie Twój sklep i odpowiedział, co poprawić — umów konsultację: mecenasbiznesu.com/sklep/konsultacja.

Na horyzoncie

Na poziomie Unii Europejskiej pojawił się obowiązek „przycisku odstąpienia” — łatwej rezygnacji online, jednym kliknięciem. W Polsce nie wszedł jeszcze w życie, ale warto go obserwować i z góry zaplanować w sklepie.

Checklista to materiał pomocniczy o charakterze edukacyjnym — nie stanowi porady prawnej ani audytu i nie zastępuje indywidualnej porady prawnej; każdy sklep wymaga osobnej analizy. Stan prawny: lipiec 2026 r. © Kancelaria Radcy Prawnego Mateusz Dysiewicz.