

Regulamin usługi „Sky-Shop Kampanie Ads”

Usługodawca: SIEF-IT Sp. z o.o. z siedzibą w Łodzi, przy ul. Gdańska 91/93, 90-613 Łódź, zarejestrowana w Sądzie Rejonowym dla Łodzi-Śródmieścia w Łodzi, XX Wydział Krajowego Rejestru Sądowego pod numerem KRS: 0000331633, NIP 7262609875.

Klient: osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą, w tym wspólnik spółki cywilnej, osoba prawna albo jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, która dokonała zamówienia Usługi.

Regulamin określa zasady świadczenia usługi prowadzenia kampanii Google Ads dla sklepów internetowych działających na platformie Sky-Shop.pl, w tym zakres pakietów, warunki uruchomienia, sposób pomiaru, rozliczeń oraz odpowiedzialność Stron.

§1. Definicje

- **Usługa** - prowadzenie przez Usługodawcę kampanii reklamowych Google Ads na rzecz Klienta, zgodnie z wybranym pakietem i niniejszym Regulaminem.
- **Konto Google Ads** - konto reklamowe wykorzystywane do realizacji Usługi, tworzone, konfigurowane lub przejmowane do obsługi przez Usługodawcę.
- **Budżet mediowy** - kwota przeznaczona na zakup kliknięć, emisji lub innych działań reklamowych w Google Ads w danym okresie rozliczeniowym; nie obejmuje wynagrodzenia Usługodawcy.
- **Koszt Google Ads** - faktyczny koszt kampanii wykazany w Google Ads za dany okres rozliczeniowy, stanowiący podstawę obliczenia ROAS.
- **Przychód z kampanii** - łączna wartość transakcji zakupu atrybuowanych do kampanii Google Ads, ustalana według wartości brutto produktów, po rabatach widocznych w transakcji, z wyłączeniem kosztów dostawy oraz z uwzględnieniem korekt, o których mowa w Regulaminie.
- **Cena brutto bez kosztów dostawy** - wartość sprzedaży produktów wraz z należnym podatkiem VAT, bez kwoty dostawy, transportu, pobrania, opłat logistycznych oraz innych opłat niezwiązanych bezpośrednio z ceną produktów.
- **ROAS** - wskaźnik zwrotu z wydatków reklamowych liczony według wzoru: $ROAS (\%) = (\text{Przychód z kampanii} / \text{Koszt Google Ads}) \times 100$.
- **GA4** - usługa Google Analytics 4 wykorzystywana do raportowania zdarzeń, transakcji i wartości sprzedaży.
- **Backend API / pomiar serwerowy** - przekazywanie danych o transakcjach ze sklepu Sky-Shop do GA4 po stronie serwera, w szczególności z wykorzystaniem mechanizmów Measurement Protocol lub innego zatwierzonego połączenia API.
- **Okres rozliczeniowy** - 30 dni od dnia wpłaty, chyba że Strony uzgodnią inaczej w formie dokumentowej, w tym e-mailowo lub w panelu Usługodawcy.

§2. Przedmiot usługi

1. Usługodawca prowadzi na rzecz Klienta kampanie reklamowe w systemie Google Ads, w tym w szczególności Performance Max, Shopping, Search, Display oraz remarketing, w zakresie właściwym dla wybranego pakietu.
2. Celem Usługi jest generowanie sprzedaży online w sklepie Klienta hostowanym na platformie Sky-Shop.pl, przy zachowaniu zgodności z politykami Google, wymaganiami technicznymi oraz przepisami prawa mającymi zastosowanie do działalności Klienta.
3. Usługa ma charakter starannego działania. Usługodawca nie gwarantuje osiągnięcia określonej liczby kliknięć, sprzedaży, przychodów, pozycji reklam, ROAS ani innych wyników biznesowych, ponieważ zależą one również od czynników niezależnych od Usługodawcy.

§3. Pakiety i zakres usługi

Klient wybiera jeden z pakietów Usługi: Sky-Shop Ads Start, Sky-Shop Ads Standard albo Sky-Shop Ads Pro. Zakres pakietów oraz minimalne progi budżetowe określa poniższa tabela, chyba że Strony uzgodnią indywidualne warunki w ofercie, zamówieniu lub aneksie.

Element	Sky-Shop Ads Start	Sky-Shop Ads Standard	Sky-Shop Ads Pro
Audyt sklepu na start	Tak	Tak	Tak
Budżet mediowy	1 350-2 999 zł netto / okres	3 000-9 999 zł netto / okres	od 10 000 zł netto / okres lub wycena indywidualna
CSS	Tak; możliwość kliknięć do 20% taniej, jeżeli konfiguracja i dostępność programu na to pozwalają	Tak; możliwość kliknięć do 20% taniej, jeżeli konfiguracja i dostępność programu na to pozwalają	Tak; możliwość kliknięć do 20% taniej, jeżeli konfiguracja i dostępność programu na to pozwalają
Google Ads	Opłata konfiguracyjna 250 zł netto	Konfiguracja w cenie	Konfiguracja w cenie albo według indywidualnej wyceny
Google Analytics / GA4	Opłata konfiguracyjna 250 zł netto albo wdrożenie zgodnie z wytycznymi po audycie	Rozszerzona konfiguracja: backend API konwersji	Rozszerzona konfiguracja: backend API konwersji oraz raporty niestandardowe
Mapowanie kategorii Google	Opłata konfiguracyjna 200 zł netto albo ustawienie zgodnie z wytycznymi	Konfiguracja w cenie	Konfiguracja w cenie
Kampanie	Performance Max	Performance Max, Search, Remarketing; materiały od Klienta albo na zamówienie	Performance Max, Search, Remarketing, Display; materiały od Klienta albo na zamówienie
Raportowanie	Podstawowe	Rozszerzone: raz w miesiącu komentarz opiekuna z rekomendacjami i wskazówkami rozwojowymi	Rozbudowane: indywidualne ustalenia według potrzeb, możliwość omówienia na spotkaniu wideo
Autorski panel Ads	Tak; wysyłka ticketów	Tak; moduł kontaktowy i możliwość dodawania briefów do kampanii, dostęp do maila	Tak; moduł kontaktowy i możliwość dodawania briefów do kampanii, dostęp do maila, bezpośredni kontakt telefoniczny
Wynagrodzenie	Opłata operacyjna 10% budżetu mediowego + prowizja efektywnościowa według §7	Opłata operacyjna 10% budżetu mediowego + prowizja efektywnościowa według §7	Wycena indywidualna; jeżeli Strony nie uzgodnią inaczej, stosuje się §7 odpowiednio

Zakres Usługi może zostać rozszerzony o prace dodatkowe, w szczególności przygotowanie materiałów graficznych, niestandardowe raporty, migracje, dodatkowe integracje, prace programistyczne lub konsultacje poza zakresem pakietu. Prace dodatkowe są rozliczane na podstawie odrębnej wyceny.

§4. Warunki uruchomienia Usługi

1. Sklep Klienta działa na platformie Sky-Shop.pl, posiada własną domenę, ważny certyfikat SSL oraz komplet wymaganych dokumentów i informacji: regulamin sklepu, politykę prywatności, warunki zwrotów i reklamacji, dane rejestrowe firmy oraz dane kontaktowe.
2. Sklep posiada prawidłowo skonfigurowane metody płatności i dostawy oraz umożliwia dokonanie zakupu bez ukrytych opłat lub sprzecznych informacji o cenach, dostępności, dostawie i zwrotach.
3. Klient wdrożył minimalne wymagania techniczne wskazane w Załączniku nr 1, w szczególności pomiar GA4, backend API konwersji oraz mechanizmy zgód wymagane dla remarketingu i pomiaru.
4. Oferta Klienta nie obejmuje towarów lub usług zakazanych ani ograniczonych w sposób uniemożliwiający emisję reklam zgodnie z zasadami Google Ads, Google Shopping i Google Merchant Center.
5. Feed produktowy jest poprawny, aktualny i zgodny z wymaganiami Google, w tym zawiera prawidłowe ceny, dostępność, identyfikatory produktów, GTIN/MPN/brand, kategorie i linki do zdjęć.

§5. Budżet mediowy i płatności z góry

1. Budżet mediowy ustalany jest z Klientem na Okres rozliczeniowy. Domyślnym Okresem rozliczeniowym jest 30 dni liczone od daty zaksięgowania wpłaty.
2. Budżet mediowy jest finansowany z przedpłaty dokonanej przez Klienta przed rozpoczęciem lub kontynuacją kampanii, chyba że Strony uzgodnią inne zasady na piśmie lub w formie dokumentowej.
3. Niewykorzystany budżet mediowy przechodzi na kolejny Okres rozliczeniowy aż do jego wykorzystania, z zastrzeżeniem decyzji Google, zmian cen kliknięć, dostępności reklam i innych czynników wpływających na tempo wydatkowania.

4. Budżet mediowy nie stanowi wynagrodzenia Usługodawcy. Wynagrodzenie Usługodawcy obejmuje opłatę operacyjną, prowizję efektywnościową oraz ewentualne opłaty konfiguracyjne lub prace dodatkowe.
5. W przypadku braku środków lub opóźnienia w ich uzupełnieniu Usługodawca może ograniczyć lub wstrzymać kampanie do czasu zaksięgowania środków.

§6. Pomiar, atrybucja i źródła danych

1. Podstawą raportowania transakcji jest GA4 zasilane danymi transakcyjnymi przekazywanymi poprzez Backend API / pomiar serwerowy. Dane powinny obejmować w szczególności transaction_id, currency, value, shipping, tax, pozycje produktów oraz informacje niezbędne do deduplikacji i poprawnego przypisania transakcji.
2. Na potrzeby rozliczenia prowizji efektywnościowej Przychód z kampanii ustala się jako wartość brutto produktów bez kosztów dostawy. Oznacza to, że do podstawy prowizji wlicza się cenę produktów wraz z VAT, po rabatach zastosowanych w transakcji, a nie wlicza się kosztów dostawy, pobrania, opłat logistycznych ani innych opłat nie dotyczących ceny produktów.
3. Koszt Google Ads ustala się na podstawie danych z konta Google Ads za ten sam Okres rozliczeniowy. Jeżeli Strony nie uzgodnią inaczej, do obliczenia ROAS przyjmuje się Koszt Google Ads wykazany w raportach Google Ads.
4. ROAS oblicza się według wzoru: $ROAS (\%) = (\text{Przychód z kampanii} / \text{Koszt Google Ads}) \times 100$. Ten sam Przychód z kampanii, liczony jako wartość brutto produktów bez kosztów dostawy, stanowi podstawę naliczenia prowizji efektywnościowej.
5. Przychód z kampanii obejmuje transakcje przypisane do Google Ads zgodnie z ustawieniami atrybucji, okna konwersji i importu zdarzeń GA4 lub raportowania GA4, obowiązującymi w danym okresie.
6. Zwroty, anulowania, chargebacki, korekty zamówień oraz korekty błędnie zarejestrowanych transakcji nie pomniejszają Przychodu z kampanii.
7. Klient odpowiada za poprawność danych produktowych, danych transakcyjnych i dokumentacji sprzedażowej w sklepie. Usługodawca odpowiada za konfigurację w zakresie objętym wybranym pakietem i dostępnymi udzielonymi przez Klienta.
8. Jeżeli pomiar jest wadliwy z przyczyn leżących po stronie Klienta, w szczególności z powodu braku zgód, usunięcia tagów, zmian w sklepie, nieprawidłowych danych transakcyjnych, błędów feedu lub braku wymaganych dostępu, Strony rozliczają się tymczasowo według ostatniego pełnego Okresu rozliczeniowego z poprawnym pomiarem. Jeżeli taki okres nie istnieje, Usługodawca może zastosować prowizję 6% od przychodu z kampanii ustalonego na podstawie dostępnych danych sklepu, GA4, Google Ads lub innego uzgodnionego źródła, do czasu usunięcia problemu.

§7. Rozliczenie i wynagrodzenie Usługodawcy

1. Wynagrodzenie Usługodawcy składa się z opłaty operacyjnej, prowizji efektywnościowej oraz jeżeli dotyczy, opłat konfiguracyjnych, prac dodatkowych lub indywidualnej wyceny pakietu Pro.
2. Zakres pakietów, progi budżetowe, opłaty konfiguracyjne oraz dodatkowe elementy Usługi określa Załącznik nr 2 - Pakiety i cennik Usługi „Sky-Shop Kampanie Ads”.
3. Opłata operacyjna wynosi 10% uzgodnionego budżetu mediowego za dany Okres rozliczeniowy i jest płatna z góry, chyba że dla danego pakietu lub indywidualnej oferty ustalono inaczej.
4. Prowizja efektywnościowa jest naliczana od Przychodu z kampanii, czyli od wartości brutto produktów sprzedanych w ramach transakcji przypisanych do kampanii, bez kosztów dostawy, zgodnie z §6.
5. Dla pakietu **Sky-Shop Ads Start** prowizja efektywnościowa wynosi:
 - a) ROAS do 599% włącznie – 3% Przychodu z kampanii;
 - b) ROAS od 600% wzwyż – 6% Przychodu z kampanii.
6. Dla pakietu **Sky-Shop Ads Standard** prowizja efektywnościowa wynosi:
 - a) ROAS poniżej 299% – 0% Przychodu z kampanii;
 - b) ROAS od 300% do 599% włącznie – 3% Przychodu z kampanii;
 - c) ROAS od 600% wzwyż – 6% Przychodu z kampanii.
7. Dla pakietu **Sky-Shop Ads Pro** wynagrodzenie Usługodawcy, w tym opłata operacyjna, prowizja efektywnościowa oraz zakres dodatkowych świadczeń, jest ustalane indywidualnie. Warunki indywidualne mają pierwszeństwo przed postanowieniami ogólnymi Regulaminu w zakresie, w którym są z nimi sprzeczne.
8. Faktury za budżet mediowy, opłatę operacyjną oraz opłaty konfiguracyjne są wystawiane z góry, na początku Okresu rozliczeniowego albo niezwłocznie po akceptacji budżetu lub zamówienia.

9. Faktura za prowizję efektywnościową jest wystawiana z dołu, do 7 dni po zakończeniu Okresu rozliczeniowego, na podstawie raportu obejmującego dane o koszcie Google Ads, Przychodzie z kampanii oraz ROAS.
10. Kwoty wynagrodzenia Usługodawcy są kwotami netto i podlegają powiększeniu o podatek VAT według obowiązujących przepisów. Przychód z kampanii wykorzystywany do obliczenia prowizji jest wartością brutto produktów bez kosztów dostawy, zgodnie z §6.
11. Zaokrąglenia ROAS oraz kwot prowizji dokonywane są do dwóch miejsc po przecinku, a kwoty na fakturze zgodnie z zasadami księgowymi stosowanymi przez Usługodawcę.

Przykłady rozliczenia

- **Przykład 1 - próg 300%:** Koszt Google Ads: 5 000 zł. Przychód z kampanii: 25 000 zł brutto za produkty bez dostawy. ROAS = 500%. Prowizja efektywnościowa = $3\% \times 25\,000\text{ zł} = 750\text{ zł netto} + \text{VAT}$. Opłata operacyjna = $10\% \times 5\,000\text{ zł} = 500\text{ zł netto} + \text{VAT}$. Łączne wynagrodzenie Usługodawcy: 1 250 zł netto + VAT.
- **Przykład 2 - próg 600%:** Koszt Google Ads: 5 000 zł. Przychód z kampanii: 30 000 zł brutto za produkty bez dostawy. ROAS = 600%. Prowizja efektywnościowa = $6\% \times 30\,000\text{ zł} = 1\,800\text{ zł netto} + \text{VAT}$. Opłata operacyjna = 500 zł netto + VAT.
- **Przykład 3 - próg 0%:** Koszt Google Ads: 3 000 zł. Przychód z kampanii: 8 700 zł brutto za produkty bez dostawy. ROAS = 290%. Jeżeli Klient korzysta z oferty Sky-Shop Ads Standard, prowizja efektywnościowa wynosi 0%, a należna pozostaje opłata operacyjna oraz ewentualne opłaty konfiguracyjne.

§8. Obowiązki Klienta

1. Zapewnienie zgodności sklepu, oferty, cen, regulaminów i komunikatów z przepisami prawa oraz politykami Google Ads, Google Shopping i Google Merchant Center.
2. Zapewnienie legalnych podstaw przetwarzania danych, w tym wdrożenie mechanizmów zgód wymaganych przez prawo, EU User Consent Policy, Consent Mode v2 oraz możliwość odwołania zgody przez użytkownika, jeżeli jest wymagana.
3. Utrzymywanie aktualnego feedu produktowego, w szczególności zgodności cen, dostępności, wariantów, identyfikatorów, zdjęć i opisów z danymi widocznymi w sklepie.
4. Niezwłoczne informowanie Usługodawcy o promocjach, zmianach cen, zmianach w sklepie, zmianach domeny, migracjach, przerwach technicznych, zmianach polityki zwrotów, zmianach płatności i dostaw oraz innych okolicznościach mogących wpływać na kampanie.
5. Dostarczenie materiałów, informacji, dostępów, akceptacji i odpowiedzi niezbędnych do realizacji Usługi w rozsądnym terminie.
6. Zapewnienie, że przesyłane dane transakcyjne są kompletne, prawidłowe, zgodne z dokumentami sprzedaży i nie zawierają wartości kosztów dostawy w podstawie prowizji, chyba że technicznie wymagane jest ich przekazanie jako odrębnego pola shipping.
7. Powstrzymanie się od działań mogących zaburzać pomiar, w szczególności samodzielnego usuwania tagów, zmian identyfikatorów konwersji, odłączania kont, modyfikacji integracji lub blokowania przesyłania zdarzeń bez wcześniejszego uzgodnienia z Usługodawcą.

§9. Obowiązki Usługodawcy

1. Uruchomienie kampanii do 10 dni roboczych od zaksięgowania budżetu reklamowego oraz uzyskania kompletu wymaganych dostępów, materiałów i danych, z zastrzeżeniem czasu potrzebnego na akceptację feedu, produktów i reklam przez Google.
2. Konfiguracja, prowadzenie i optymalizacja kampanii w zakresie właściwym dla wybranego pakietu, z należytą starannością profesjonalisty.
3. Informowanie Klienta o istotnych problemach wpływających na kampanie, w szczególności o odrzuceniach reklam, problemach z Merchant Center, błędach feedu, podejrzeniu naruszeń polityk Google lub problemach z pomiarem.
4. Raportowanie wyników, w zakresie właściwym dla wybranego pakietu.
5. Zachowanie poufności informacji Klienta, w szczególności danych handlowych, statystycznych, technicznych i finansowych, z zastrzeżeniem ujawnienia niezbędnego do realizacji Usługi albo wymaganego przepisami prawa.

§10. Zasady treści i zgodności z politykami Google

1. Klient nie może wykorzystywać Usługi do promowania produktów lub usług zakazanych, podróbek, produktów niebezpiecznych, treści nieodpowiednich, treści wprowadzających w błąd ani działań ułatwiających nieuczciwe zachowania.
2. Strona docelowa reklamy musi działać prawidłowo, być bezpieczna, przejrzysta i łatwa w nawigacji, nie może zawierać złośliwych elementów, ukrytych opłat, automatycznych pobrań, agresywnych pop-upów ani komunikatów wprowadzających w błąd.
3. Produkty promowane w Google Shopping lub Merchant Center muszą być dostępne do zakupu bezpośredniego, posiadać przejrzyste warunki zakupu, płatności, dostawy, zwrotu i reklamacji oraz być zgodne z feedem.
4. Naruszenie zasad Google lub brak zgodności sklepu może skutkować odrzuceniem reklam, ograniczeniem emisji, zawieszeniem produktów, zawieszeniem Merchant Center lub konta Google Ads. **Usługodawca nie odpowiada za decyzje Google**, jeżeli wynikają z okoliczności niezależnych od Usługodawcy.

§11. Ochrona danych osobowych i powierzenie

1. W zakresie, w jakim Usługodawca uzyskuje dostęp do danych osobowych Klienta lub użytkowników sklepu w celu realizacji Usługi, Strony określą role zgodnie z RODO, w szczególności administratora, podmiotu przetwarzającego albo odrębnych administratorów, zależnie od zakresu i charakteru operacji.
2. Klient oświadcza, że posiada podstawy prawne do przetwarzania danych osobowych oraz do ich przekazywania lub udostępniania w celu prowadzenia kampanii, pomiaru, remarketingu, analityki oraz raportowania.
3. Jeżeli do realizacji Usługi konieczne jest powierzenie przetwarzania danych osobowych Usługodawcy, Strony zawierają albo stosują odrębną umowę powierzenia przetwarzania danych osobowych, zgodną z art. 28 RODO.
4. Klient odpowiada za prawidłowe informowanie użytkowników sklepu o wykorzystywanych narzędziach analitycznych i reklamowych, odbiorcach danych, transferach danych, podstawach prawnych, okresach przechowywania oraz przysługujących prawach.
5. Korzystanie z usług Google odbywa się zgodnie z właściwymi regulaminami, politykami prywatności, warunkami przetwarzania danych i mechanizmami transferowymi Google.

§12. Czas trwania, zmiany i wypowiedzenie

1. Usługa jest świadczona na czas nieokreślony z minimalnym okresem jednego miesiąca świadczenia, chyba że oferta lub zamówienie stanowi inaczej.
2. Każda ze Stron może wypowiedzieć Usługę ze skutkiem na koniec bieżącego Okresu rozliczeniowego, z zachowaniem co najmniej 7 dni wypowiedzenia, chyba że Strony uzgodnią inny termin.
3. Usługodawca może wstrzymać lub rozwiązać Usługę ze skutkiem natychmiastowym w przypadku zaległości płatniczych przekraczających 7 dni, naruszenia polityk Google, braku wymaganych zgód, promowania niedozwolonych produktów lub usług, odmowy usunięcia istotnych błędów sklepu, feedu lub pomiaru albo działań Klienta narażających Usługodawcę na odpowiedzialność.
4. Zmiany Regulaminu mogą zostać wprowadzone z 14-dniowym wyprzedzeniem. Brak sprzeciwu Klienta przed datą wejścia zmian w życie oznacza akceptację zmian. W razie sprzeciwu Klient może wypowiedzieć Usługę ze skutkiem na dzień poprzedzający wejście zmian w życie.

§13. Odpowiedzialność

1. Usługodawca nie odpowiada za decyzje Google, w szczególności odrzucenia reklam, ograniczenia emisji, zawieszenia produktów, zawieszenia kont, zmiany polityk, zmiany algorytmów, awarie lub opóźnienia usług Google.
2. Usługodawca nie odpowiada za wady sklepu, nieaktualne ceny lub dostępność, brak wymaganych dokumentów, brak zgód, błędy danych transakcyjnych, błędy po stronie Klienta, działania podmiotów trzecich ani skutki zmian wprowadzonych bez uzgodnienia z Usługodawcą.
3. Odpowiedzialność Usługodawcy z tytułu realizacji Usługi jest ograniczona do kwoty łącznego wynagrodzenia netto zapłaconego Usługodawcy za ostatni zakończony Okres rozliczeniowy, którego dotyczy roszczenie, chyba że bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa stanowią inaczej.

4. Usługodawca nie ponosi odpowiedzialności za utracone korzyści, utratę przychodów, utratę danych, szkody pośrednie ani szkody wynikające z przerw w działaniu usług Google lub sklepu, chyba że bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa stanowią inaczej.

§14. Materiały i prawa własności

1. Materiały stworzone przez Usługodawcę w ramach Usługi, w szczególności teksty reklam, kreacje, struktury kampanii, konfiguracje, skrypty, raporty i autorskie narzędzia, stanowią własność Usługodawcy, chyba że Strony uzgodnią inaczej.
2. Na czas świadczenia Usługi Klient otrzymuje niewyłączną, nieprzenoszalną licencję na korzystanie z materiałów w zakresie niezbędnym do prowadzenia kampanii realizowanych przez Usługodawcę.
3. Po zakończeniu współpracy Klient może korzystać z materiałów stworzonych przez Usługodawcę wyłącznie po uzyskaniu odrębnej zgody lub licencji, chyba że bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa stanowią inaczej.
4. Konta Google Ads i Google Merchant Center tworzone lub utrzymywane przez Usługodawcę w ramach Usługi stanowią własność Usługodawcy, chyba że Strony wyraźnie uzgodnią inaczej. Dane historyczne pozostają w tych kontaktach.

§15. Poufność

1. Informacje handlowe, techniczne, finansowe, statystyczne, organizacyjne i know-how Stron są poufne i mogą być ujawniane wyłącznie w zakresie niezbędnym do realizacji Usługi, obsługi prawnej lub księgowej, dochodzenia roszczeń albo gdy wymagają tego przepisy prawa.
2. Obowiązek poufności obowiązuje w czasie świadczenia Usługi oraz przez 3 lata po jej zakończeniu, chyba że informacja stanowi tajemnicę przedsiębiorstwa; w takim przypadku obowiązek trwa tak długo, jak informacja zachowuje poufny charakter.

§16. Postanowienia końcowe

1. W sprawach nieuregulowanych Regulaminem stosuje się prawo polskie, w szczególności Kodeks cywilny oraz przepisy właściwe dla ochrony danych osobowych i usług świadczonych drogą elektroniczną, jeżeli mają zastosowanie.
2. Spory Strony będą rozwiązywać polubownie, a w razie braku porozumienia przez sąd właściwy dla siedziby Usługodawcy, o ile bezwzględnie obowiązujące przepisy prawa nie stanowią inaczej.
3. Regulamin obowiązuje od dnia akceptacji przez Klienta i dokonania pierwszej płatności albo od innej daty wskazanej w ofercie, zamówieniu lub komunikacie Usługodawcy.
4. W przypadku rozbieżności między Regulaminem a indywidualnie zaakceptowaną ofertą lub zamówieniem pierwszeństwo mają postanowienia oferty lub zamówienia w zakresie objętym rozbieżnością.

Załącznik nr 1 - Minimalne wymagania techniczne i organizacyjne

1. Tagowanie, GA4 i backend API konwersji

- Google tag / GTAG albo GTM osadzony na wszystkich wymaganych stronach sklepu.
- Zdarzenie purchase w GA4 przekazywane po stronie serwera poprzez Backend API / pomiar serwerowy, z prawidłowym transaction_id, currency, value, shipping, tax oraz listą produktów.
- Wartość value na potrzeby rozliczeń odzwierciedla wartość brutto produktów bez kosztów dostawy.
- Deduplikacja transakcji po transaction_id, aby ta sama sprzedaż nie była raportowana wielokrotnie.
- Linkowanie Google Ads z GA4 oraz import kluczowych zdarzeń lub konfiguracja raportowania konwersji zgodnie z decyzją Usługodawcy.
- Consent Mode v2 oraz mechanizm zgód na cookies i narzędzia marketingowo-analityczne zgodnie z wymaganiami prawnymi oraz politykami Google.

2. Merchant Center i feed produktowy

- Zweryfikowana domena i prawidłowo skonfigurowane Google Merchant Center, jeżeli zakres kampanii tego wymaga.
- Komplet danych kontaktowych, jasna polityka zwrotów, wysyłki i reklamacji oraz brak ukrytych opłat.
- Feed zgodny ze specyfikacją Google: identyfikatory, nazwy, opisy, cena, dostępność, GTIN/MPN/brand, kategorie, zdjęcia, linki oraz warianty produktów.
- Produkty zgodne z politykami Google Shopping i dopuszczone do sprzedaży w sklepie Klienta.

3. Zgodność sklepu z politykami Google

- Brak treści i produktów zakazanych lub wprowadzających w błąd.
- Działająca i przejrzysta strona docelowa bez błędów, automatycznych pobrań, nadużyć UX i elementów utrudniających zakup.
- Spójne informacje o cenie, promocjach, dostępności, dostawie, zwrotach i reklamacjach.
- Poprawne dane firmy, dane kontaktowe i regulaminy dostępne z poziomu sklepu, w tym NIP.

4. Minimalna konfiguracja sklepu internetowego

- Regulamin sklepu.
- Polityka prywatności.
- Warunki zwrotów i reklamacji.
- Informacja o firmie i dane rejestrowe w tym NIP.
- Dane kontaktowe do sklepu: co najmniej e-mail oraz telefon.
- Stopka platformy Sky-Shop.pl, z wyjątkiem sklepów z aktywną licencją WhiteLabel.
- Wgrany logotyp sklepu internetowego.
- Poprawnie skonfigurowane menu górne, stopka, banery i slidery.
- Skonfigurowana bramka szybkich płatności Sky-Pay albo inna porównywalna metoda płatności online.
- Możliwość płatności zwykłym przelewem.
- Zalecana możliwość płatności za pobraniem, jeżeli jest uzasadniona modelem sprzedaży.
- Skonfigurowane formy dostawy, w tym wysyłka kurierem oraz Paczkomaty / Paczka w Ruchu, jeżeli gabaryty towarów na to pozwalają.
- Odbiór osobisty, jeżeli Klient posiada taką możliwość.

Załącznik nr 2 - Dane wykorzystywane do rozliczenia prowizji

Dla uniknięcia wątpliwości Strony potwierdzają, że podstawą prowizji efektywnościowej jest Przychód z kampanii liczony jako wartość brutto produktów bez kosztów dostawy. Poniższa tabela wskazuje sposób traktowania typowych elementów transakcji.

Element transakcji	Czy wlicza się do podstawy prowizji?	Uwagi
Cena produktów brutto po rabatach	Tak	Podstawowy element Przychodu z kampanii.
VAT zawarty w cenie produktów	Tak	Prowizja liczona jest od ceny brutto produktów.
Koszt dostawy, transportu, kuriera, paczkomatu	Nie	Wyłączony z podstawy prowizji.
Opłata za pobranie lub opłata logistyczna	Nie	Wyłączona, jeżeli nie stanowi ceny produktu.
Rabat zastosowany w zamówieniu	Pomniejsza podstawę	Podstawą jest kwota po rabacie widoczna w transakcji.
Zakup błędnie zdublowany w GA4	Nie, po korekcie	Wymagana deduplikacja po transaction_id.