

VŠEOBECNÉ OBCHODNÍ PODMÍNKY

pro poskytování služeb internetového marketingu společnosti AdVisio marketing s.r.o.

verze 2018.01 (dále jen „VOP“)

AdVisio marketing s.r.o.

Se sídlem: Josefa Šavla 1271/12, Mariánské Hory, 709 00 Ostrava

IČ: 043 05 116, DIČ: CZ04305116

Zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Ostravě, oddíl C, vložka 63114

(dále jen „Poskytovatel“)

I. Úvodní ustanovení

1. Poskytovatel poskytuje služby internetového marketingu v českém jazyce, především na reklamních systémech Sklik, Google AdWords a Facebook a ve vyhledávacích zboží Heureka.cz, Heureka.sk a Zbozi.cz.
2. Tyto VOP platí přiměřeně i v případě, že se smluvní strany dohodnou na využití jiného reklamního systému, vyhledávače či poskytnutí služeb v jiném než českém jazyce. Za tyto služby však náleží Poskytovateli zvláštní odměna, sjednaná dle dohody stran.
3. Objednatel se stává každá osoba, která uzavře s poskytovatelem smlouvu o poskytování služeb řídicí se těmito VOP (dále jen „smlouva“).

II. Poskytované služby

1. Poskytovatel poskytuje v oblasti online marketingu následující služby:
 - i. PPC reklama ve vyhledávacích (Seznam a Google),
 - ii. Reklama na sociálních sítích (Facebook, Instagram)
 - iii. Tvorba a správa sociálních sítí (Facebook, Instagram),
 - iv. Optimalizace webových stránek (SEO),
 - v. Copywriting,
 - vi. Tvorba a nastavení e-mailových kampaní,
 - vii. Reklama ve vyhledávacích zboží (Heureka.cz a Zbozi.cz),
 - viii. Influencer marketing,
 - ix. Grafické práce,
 - x. Konzultace ve výše uvedených oblastech.
2. Tyto služby je podle specifických potřeb objednatele možné nakombinovat do služby Full servis.
3. Všechny služby uvedené v odst. 1 a 2 (dále jen „Služby“), jsou detailně popsány v Příloze č. 1.

III. Uzavření a předmět smlouvy

1. Smlouva je uzavřena okamžikem přijetí objednávky Služeb druhou smluvní stranou, z níž plyne:
 - identifikace Objednatele a Poskytovatele,
 - identifikace poskytovaných Služeb,
 - termín zajištění služby,
 - výše odměny nebo způsob jejího stanovení.
2. Smlouvu lze uzavřít písemně, kdy za písemnost se považuje i online komunikace stran.
3. Chybí-li termín zajištění služby, má se za to, že bude plněno dle praxe stran a není-li praxe stran, pak dle zvyklostí v oboru.

IV. Doba plnění, předání plnění

1. Poskytovatel je povinen zajišťovat služby dle čl. II pro Objednatele v termínech stanovených po vzájemné domluvě. Nejsou-li termíny domluveny, pak dle zavedené praxe stran a není-li praxe, pak dle zvyklostí v oboru, jinak bez zbytečného prodlení.
2. Nedohodnou-li si strany jinak, budou Služby poskytovány a předány dle zvyklostí v oboru.
3. V případě správy sociálních sítí se předáním plnění rozumí online zpřístupnění výstupů práce Poskytovatele na klientem určené sociální síti, nedohodnou-li se strany jinak.
4. V případě tvorby obsahu e-mailové kampaně se předáním plnění rozumí zaslání díla klientovi, není-li stanovena povinnost Poskytovatele odeslat plnění konečným adresátům kampaně bez předchozího schválení Objednatele.
5. V případě konzultace se místem plnění rozumí sídlo Objednatele, není-li smluvními stranami stanoveno jinak.

V. Odměna

1. Odměna za poskytované služby se určuje individuálně na základě odhadu potřebného času násobeného hodinovou sazbou. Odhad času, hodinová sazba a výsledná částka jsou vždy uvedeny ve smlouvě spolu s dohodnutým způsobem úhrady.
2. Pokud se smluvní strany nedohodnou jinak, pro níže uvedené služby platí tyto odměny:
 - a. grafické práce - 990,- Kč/hodina bez DPH,
 - b. konzultace - 1.300,- Kč/hodina bez DPH,
 - c. jiné služby neuvedené v čl. II - 990,- Kč/hodina.

3. K uvedeným odměnám bude připočteno DPH v zákonné výši.

VI. Platební podmínky

1. Pravidelná měsíční částka náleží poskytovateli za kalendářní měsíc, ve kterém byla služba, byť jen po část měsíce, poskytována, nebo nebyla poskytována z důvodu překážky na straně Objednatele.

2. Poskytovatel je oprávněn vystavit objednateli výzvu k úhradě (proforma fakturu) na zálohu na jednorázovou částku ceny služby ve výši 60 % této částky. Poskytovatel je oprávněn neposkytovat Objednateli služby, dokud tuto zálohu Objednatel neuhradí. 3. Poskytovatel je oprávněn Objednateli vystavit daňový doklad:

a) po uzavření smlouvy, popř. rozšíření smlouvy o odpovídající službu a po poskytnutí služby (jednorázové služby),

b) po skončení kalendářního měsíce, ve kterém byla služba poskytována (dlouhodobá plnění a plnění s hodinovou sazbou).

4. Splatnost odměny za služby je 14 dní od vystavení proforma faktury nebo daňového dokladu.

5. Zhotovitel je oprávněn upravit výši stanovené paušální částky bez dohody smluvních stran z důvodu inflace, a to vždy od 1. ledna kalendářního roku.

VII. Práva a povinnosti smluvních stran

7.1. Obecně

1. Poskytovatel je povinen vyvíjet svou činnost poctivě, pečlivě a s odbornou péčí a v souladu s obecně závaznými právními předpisy. Poskytovatel je povinen dbát zájmů Objednatele a řídit se jeho pokyny.

2. Od pokynů Objednatele se smí Poskytovatel odchýlit pouze tehdy, je-li to nezbytné vzhledem k zájmům Objednatele, a jen tehdy, nelze-li včas získat jeho souhlas. Pokyny Objednatele však Poskytovatel není vázán, jsou-li v rozporu s platnými právními předpisy. Obdrží-li Poskytovatel od klienta pokyn zřejmě nesprávný, upozorní ho na to a splní takový pokyn jen tehdy, když na něm klient trvá.

3. Poskytovatel je oprávněn pověřit plněním třetí osoby. Za jejich činnost pak odpovídá jako by plnění prováděl sám.

4. Poskytovatel má povinnost informovat Objednatele o všech podstatných skutečnostech týkajících se plnění, zejména takových, které mohou mít vliv na změnu jeho pokynů nebo zájmů.

5. Poskytovatel poskytuje Objednateli přístup k online statistikám služeb zobrazujícím stav a výsledky kampaně. Poskytovatel poskytuje podporu k existujícím kampaním e-mailem, telefonicky či pomocí nástroje Basecamp během pracovních dní od 9 do 16 hodin.

6. Zjistí-li Poskytovatel při plnění svého závazku překážky, které znemožňují řádné uskutečnění jeho činnosti dohodnutým způsobem, včetně překážek spočívajících v nedostatečné součinnosti Objednatele, oznámí to neprodleně Objednateli a dohodne se na odstranění těchto překážek. Nedohodnou-li se strany na odstranění překážek popř. změně závazku ve lhůtě 3 dnů ode dne oznámení překážek Objednateli, je Poskytovatel oprávněn vypovědět poskytování Služeb s výpovědní dobou, která činí 7 dní a počíná plynout ode dne, v němž byla výpověď doručena druhé smluvní straně. Poskytovatel má v tomto případě nárok na úplatu v souladu s příslušnými ustanoveními občanského zákoníku.

7. Objednatel je oprávněn žádat Poskytovatele o přiměřenou úpravu kampaně / komunikační strategie. Překročí-li však potřeba úprav odhadnutý rozsah prací dle odst. 6, je Poskytovatel oprávněn od Objednatele požadovat příplatek k ceně ve výši dohodnuté hodinové sazby násobené počtem hodin, o které skutečný rozsah prací překročil odhadnutý rozsah.

8. Objednatel je oprávněn přistupovat do svých účtů v PPC systémech nebo na sociálních sítích, není však oprávněn provádět žádné změny nebo úpravy v kampaních a strategiích.

9. Objednatel je povinen po celou dobu správy inzerce umožňovat Poskytovateli přístup do svých účtů v PPC systémech, nasdílet Poskytovateli přístupová práva k účtům na sociální síti Facebook či Instagram a umožnit mu v nich provádění všech potřebných změn a úprav, a to do 5 dní od uzavření smlouvy. Za dostatečná přístupová práva jsou považovány možnosti Editor a Správce stránky.

10. V případě, že Objednatel nesplní své povinnosti podle této smlouvy, není Poskytovatel odpovědný za nedostatečné naplňování účelu poskytované služby. Poskytovatel je v takovém případě oprávněn v závislosti na míře porušení povinnosti Objednatele, reklamní kampaň nespustit, nebo existující kampaně pozastavit, nebo i odstoupit od smlouvy.

7.2. Součinnost a poskytování podkladů

1. Objednatel je povinen zajistit Poskytovateli veškerou součinnost podle jeho instrukcí pro řádné plnění závazku. Objednatel je zejména povinen dodat Poskytovateli následující podklady, pokud se týkají smluvených Služeb:

a) požadavky na texty inzerátů,

- b) požadavky na obsah a cíle kampaně a očekávání Objednatele,
- c) marže při prodeji zboží,
- d) přístup a součinnost při umísťování potřebných skriptů na stránky e-shopu Objednatele nebo jiné potřebné úpravě kódu jeho stránek,
- e) grafické podklady v odpovídající kvalitě (obrázky, fotky, videa, loga, bannery),
- f) informace o firemních aktivitách, využitelné pro tvorbu obsahu na sociálních sítích (vždy alespoň jeden měsíc dopředu),
- g) popis produktů pro tvorbu unikátního obsahu na Facebooku či jiných sociálních sítích,

a to do 7 dní ode dne uzavření smlouvy, dohodnuté změny kampaně, požadavku Poskytovatele na zacílení kampaní na úzce zaměřenou činnost Objednatele či žádosti Poskytovatele.

2. Objednatel je povinen předat Poskytovateli za účelem revize emailingu popis proběhlých emailingových kampaní a vzor rozesílaného e-mailového sdělení, a to do 10 dní od uzavření smlouvy. V případě, že Objednatel tuto povinnost nesplní, může Poskytovatel vytvořit návrh strategie emailingu a vybrat vhodné nástroje dle vlastního uvážení, přitom se má za to, že ze strany Objednatele dosud žádná emailingová kampaň neprobíhala.

3. Objednatel je povinen předat Poskytovateli za účelem realizace emailingové kampaně seznam e-mailových adres zákazníků, a to do 10 dní od uzavření smlouvy.

4. Poskytovatel je oprávněn požadavky Objednatele odmítnout shledá-li, že jsou v rozporu se zákonem, technickými možnostmi, nebo cílem poskytované služby. V takovém případě se má za to, že Objednatel požadavky nepředal.

5. Objednatel prohlašuje, že předávané osobní údaje budou vždy osobními údaji, které Objednatel získal v souladu s právními předpisy. Objednatel se zavazuje Poskytovateli uhradit veškerou škodu či újmu způsobenou nezákonným zpracováním osobních údajů, zejména v emailingové kampani.

6. Objednatel poskytne Poskytovateli přístup do svých statistik návštěvnosti. Poskytovatel prohlašuje, že smluvené služby jsou nastaveny podle zadání klienta a jeho dodaných dat ze statistik návštěvnosti.

7. Objednatel je povinen poskytnout požadované informace řádně, včas a bez zbytečného odkladu, neplyne-li z jejich povahy, že je obstará Poskytovatel sám. V případě, že Objednatel tuto povinnost nesplní, může Poskytovatel plnit Objednávku dle vlastního nejlepšího uvážení.

8. Produkty, které je nutné pro správné plnění Služeb rozbalit, otevřít, použít, a které Poskytovateli Objednatel poskytl bez zákazu je užít nebo jejich cena nepřesáhne 200 Kč/kus jsou brány jako reklamní materiál a Objednateli se nevrací. Všechny náklady za dopravu nebo manipulaci s produkty hradí Objednatel.

9. Objednateli nenáleží náhrada škody způsobené na zapůjčených produktech použitím k jejich účelu užití v rámci reklamní kampaně nebo běžným opotřebením.

10. Objednatel zajistí na žádost Poskytovatele součinnost dodavatelů webových stránek pro účely optimalizace Služeb.

11. Objednatel je povinen bezodkladně poskytnout Poskytovateli součinnost při řešení dotazů nebo jiných požadavků třetích stran, které Poskytovatel není schopen bez pomoci Objednatele vyřešit.

7.3. Pravidla reklamních systémů a soulad webových stránek se zákonem

1. Poskytovatel upozorňuje Objednatele, že inzerce na reklamních systémech se řídí zvláštními pravidly stanovenými provozovateli těchto systémů, např. omezení délky sdělení, zákazu superlativů a pomlouvání, povinnosti správné gramatiky, uměřenosti, zvláštních podmínek při prodeji některého druhu zboží (alkohol, léky, erotické zboží, tabák, hazard, zbraně, apod.). Objednatel tato pravidla bere na vědomí. Poskytovatel poskytne Objednateli odkaz na tato pravidla, kdykoli o to Objednatel požádá.

2. Pokud Objednatel předá Poskytovateli podklady, či grafické prvky nevyhovující těmto pravidlům, má se za to, že tyto požadavky, či grafické prvky nepředal. Poskytovatel je oprávněn tyto podklady upravit tak, aby vyhovovaly pravidlům reklamního systému. Poskytovatel o tom Objednatele ihned, co se o této skutečnosti od provozovatelů PPC systémů dozví, vyrozumí a zároveň mu zašle návrh úpravy. Pokud Objednatel do 1 dne nevyjádří svůj nesouhlas, platí, že se změnou souhlasí, jinak se postupuje podle věty první.

3. Objednatel je povinen zajistit, aby webové stránky, v jejichž prospěch mají být Služby poskytovány, splňovaly pravidla PPC systémů uvedená výše (zejména možnost opustit stránku tlačítkem „Zpět“, nebo zákaz používání pop-up oken atp.). Zejména je Objednatel povinen zajistit, aby webové stránky a aplikace v nich používané splňovaly požadavky nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů)(dále jen „Nařízení“), a přímo použitelných předpisů Evropské unie.

4. Objednatel je povinen zajistit, aby obsah jeho webových stránek plně odpovídal zákonné úpravě a principům fair play a nepoškozoval zájmy Poskytovatele.

7.4. Informování Objednatele

1. Poskytovatel může bez předchozího upozornění a souhlasu Objednatele během poskytování služby v souladu s cíli kampaně zejména:

- nespustit nebo ukončit kampaň, pokud Objednatel neodstraní závadný stav, na který byl Poskytovatelem upozorněn,
- měnit názvy produktů za účelem zlepšení inzerce či párování produktů,
- upravovat cenu za proklik pro vybrané produkty či kategorií produktů,
- doplňovat parametry, měnit categorytext a další doplňkové informace k produktům skrze rozhraní nástroje Mercado,
- komunikovat se zprostředkovateli zpětných odkazů, reklamních ploch nebo s majiteli stránek, kteří nabízí reklamní prostor,
- komunikovat s influencery za účelem domlouvání spolupráce ve prospěch Objednatele,
- odmítnout provádět aktivity, které by mohly porušovat pravidla fulltextových vyhledávačů
- tvořit podpůrné weby a mikrostránky,
- pozměňovat kampaně, jejich jednotlivé prvky i reklamní účty, mazat je, vypínat/zapínat a jinak testovat a upravovat za účelem vylepšení kampaní a strategií.

2. Poskytovatel bude průběžně informovat Objednatele o dalších aktivitách, které by mohly vést ke zvýšení návštěvnosti webu Objednatele, např. může navrhopvat úpravy stránek, jejich důležitých atributů a rozšíření webu o chybějící obsah, navrhopvat úpravy funkčnosti, doporučení a závěry. Pokud půjdou tyto návrhy a doporučení nad rámec uzavřené smlouvy, je Poskytovatel oprávněn je uvést do praxe pouze se souhlasem Objednatele a za současného rozšíření předmětu smlouvy uzavřením dodatku ke smlouvě.

3. Ujednají-li si to smluvní strany, bude Poskytovatel Objednateli zasílat každý měsíc zprávu, která bude obsahovat domluvené klíčové ukazatele a jejich pohyb podle statistik návštěvnosti.

VIII. Zvláštní ustanovení pro plnění v oblasti PPC

1. Objednatel je srozuměn, že výsledek plnění Poskytovatele v oblasti PPC reklamy je závislý na řadě faktorů, které jsou mimo působnost Poskytovatele, mimo jiné na objemu rozpočtu, který je Poskytovateli Objednatelem stanoven, typu zboží či služeb, době a délce plnění a kvalitě vystavení webových stránek Objednatele (webové optimalizaci).

2. Objednatel je povinen nejpozději na žádost Poskytovatele uvést, zda je cílem plnění Poskytovatele optimalizace reklamy a maximalizace počtu objednávek, nebo optimalizace nákladů za cenu nižšího počtu objednávek. V případě, že cíl plnění není Objednatelem upřesněn ani do 3 dnů od výzvy Poskytovatele, je Poskytovatel oprávněn tento cíl plnění určit na základě vlastního odborného uvážení.

3. Objednatel je srozuměn s tím, že nezbytným předpokladem pro plnění ze strany Poskytovatele je včasné zajištění dostatečných finančních prostředků pro zprovoznění služeb Sklik a Google AdWords poskytovateli těchto služeb. V případě, že tyto prostředky nebudou v dostatečné výši ani do 3 dnů od výzvy Poskytovatele zajištěny, bere Objednatel na vědomí, že tímto jednáním zakládá překážku v činnosti Poskytovatele, kterému náleží náhrada za zmařený čas poskytování jeho služeb ve výši 60 % smluvené odměny.

4. Objednatel je povinen Poskytovatele bezodkladně informovat o všech relevantních skutečnostech týkajících se zboží či služeb, které jsou předmětem PPC reklamy, zejména o tom, že dotčené zboží není na e-shopu (dočasně či trvale) dostupné.

5. V případě, že se Objednatel opakovaně neřídí pokyny Poskytovatele v oblasti poskytování služeb v PPC reklamě a tím ztěžuje práci Poskytovatele, je Poskytovatel oprávněn ukončit poskytování služeb v této oblasti, a to za současného splnění následujících podmínek:

i. Objednatel se neřídil pokyny Poskytovatele nejméně ve dvou případech;

ii. Poskytovatel na druhé (nebo další) takové jednání Objednatele upozorní;

iii. Poskytovatel zašle Objednateli výpověď smlouvy, co do části o poskytování marketingových služeb v oblasti PPC reklamy. Výpovědní doba v takovém případě činí 7 dní a počíná běžet dnem doručení výpovědi Objednateli. Poskytovatel má nárok na odměnu v poměrné výši k celkové odměně za daný měsíc.

6. Pro účely tohoto odstavce lze jednotlivá právní jednání činit formou e-mailu, je-li smluvním stranám znám.

IX. Odpovědnost za vady

1. Objednatel je povinen Poskytovatele bezodkladně upozornit na případné vady plnění.

2. V případě, že plnění není v souladu s platnými právními předpisy, je Objednatel povinen vynaložit maximální úsilí pro to, aby plnění nebylo šířeno, případně aby bylo šíření plnění zastaveno a plnění staženo. Poskytovatel v takovém případě poskytne maximální součinnost.

3. V případě, že se jedná o subjektivní vady plnění – tj. plnění bylo provedeno v souladu s právními předpisy, pokyny Objednatele, ale plnění jsou vytýkány Objednatelem jiné nedostatky, náleží za jejich odstranění Poskytovateli odměna ve výši odpovídající ceníku služeb.

4. Poskytovatel není odpovědný za jakoukoli újmu v případě:

a. nesprávného zobrazení inzerátu, které nenastalo chybou Poskytovatele,

b. nedostupnosti reklamního prostoru,

c. nezobrazení inzerátu na klíčové slovo při každém vyhledávání nebo na každém počítači,

d. nezobrazení inzerátu z ostatních důvodů, které nejsou na straně Poskytovatele,

e. vadného obsahového sdělení inzerátu, které bylo poskytnuto Objednatelem,

f. nezobrazení cílové stránky inzerátu z důvodu její nedostupnosti.

5. Objednatel nebude činit Poskytovatele zodpovědného za jakoukoliv újmu, škodu či ztrátu způsobenou nesprávným zobrazením své webové stránky ve fulltextových vyhledávacích, pokud to není zaviněno Poskytovatelem.

X. Práva duševního vlastnictví

1. Objednatel je povinen dodávat Poskytovateli podklady, se kterými je Objednatel oprávněn nakládat, zejména je oprávněn udělit k užití díla souhlas, licenci, podlicenci, postoupit majetková práva k dílu či udělit třetím stranám souhlas se zásahem do osobnostních práv autora. Poruší-li Objednatel tuto povinnost, odpovídá Poskytovateli a třetím stranám za škodu, a to i nemajetkovou újmu.

2. Je-li předmětem plnění vytvoření a dodání díla, které splňuje náležitosti autorského díla ve smyslu z.č. 121/2000 Sb., autorského zákona, a nedohodnou-li se strany jinak:

a. Objednatel není oprávněn dílo dále upravovat, spojovat s jinými dílem,

b. Objednatel není oprávněn udělit k dílu podlicenci,

c. Objednatel není oprávněn postoupit svá oprávnění k dílu,

d. Objednatel není povinen uvádět u díla název Poskytovatele nebo jeho logo, bez dalšího souhlasu Poskytovatele.

XI. Zpracování osobních údajů

1. Poskytovatel i Objednatel se zavazují v oblasti zpracování osobních údajů přijmout taková opatření, aby nedošlo k neoprávněnému nebo nahodilému přístupu k osobním údajům, jejich neoprávněnému

užití, změně, ztrátě či zničení, neoprávněnému zpracování, přenosu, zneužití či jinému nezákonnému nakládání.

2. Obě smluvní strany jsou srozuměny s povinností mlčenlivosti o jim zpřístupněných osobních údajích.

3. Objednatel i Poskytovatel se zavazují, že v oblasti zpracování osobních údajů nepřístupní osobní údaje osobám, u nichž to není nezbytné za účelem plnění právních nebo smluvních povinností, budou užívat nástroje, které zajišťují bezpečné nakládání s osobními údaji. V případě, že fyzická osoba vyzve smluvní stranu, aby osobní údaje zničila, tato smluvní strana neprodleně zničí požadované osobní údaje, pokud tento postup bude v souladu s platným právním řádem a smluvním ujednáním.

4. Poskytovatel neodpovídá za neoprávněné nakládání s osobními údaji, které plyne z činnosti Objednatele. V případě, že bude takovou činností Objednatele Poskytovateli způsobena škoda (například ve formě uložení sankce ze strany orgánu veřejné moci), je Objednatel povinen takovou škodu Poskytovateli nahradit do 10 dnů od jejího vzniku.

5. Smluvní strany pro případ, že dojde k poskytování Služeb, v rámci nichž bude třeba zpracovávat pro Objednatele osobní údaje, uzavírají smluvní strany ve smyslu čl. 28 odst. 3 Nařízení zpracovatelskou smlouvu, která je přiložena k této Smlouvě jako příloha.

6. Informace o zpracování osobních údajů na základě jednání o této Smlouvě a údajů v této Smlouvě uvedených jsou k dispozici na webových stránkách Poskytovatele (adresa: www.advisio.cz/ochrana-osobnich-udaju/)

XII. Mlčenlivost a ochrana informací

1. Poskytovatel je povinen zachovávat mlčenlivost o všech skutečnostech, jejichž šíření či zneužívání by mohlo poškodit dobré jméno Objednatele nebo by mohly objednateli způsobit majetkovou či nemajetkovou újmu.

2. Poskytovatel je povinen zachovávat mlčenlivost o jakýchkoliv důvěrných informacích Objednatele. Za důvěrné informace se považují neveřejné údaje, které se Poskytovatel za celou dobu trvání vzájemné spolupráce od Objednatele dozví, nebo je Objednatel Poskytovateli zpřístupní, a Objednatel je jako důvěrné označí, a to bez ohledu na formu jejich vyjádření.

3. Za důvěrné informace se i bez výslovného označení považují:

a) informace naplňující znaky obchodního tajemství dle § 504 občanského zákoníku,

b) neveřejné údaje o mzdách a osobních poměrech zaměstnanců či členů statutárních orgánů a jiných osob objednatelů a spolupracujících s objednatelům,

- c) neveřejné údaje o zákaznících či obchodních partnerech Objednatele a o ceně zakázek, dokumentace vztahující se k výkonu činnosti Poskytovatele,
- d) zdrojové a strojové kódy počítačových programů,
- e) neveřejné údaje o finanční a hospodářské situaci a stavu majetku Objednatele,
- f) plány dalšího rozvoje Objednatele, inovace a marketingové záměry, reklamní nápady a náměty, dokumentace používaných pracovních postupů a know-how,
- g) neveřejné údaje o způsobech nabízení zboží nebo služeb Objednatele, výdajích na marketing, jejich struktuře a plánování, údaje Objednatele o cenotvorbě,
- h) obsah obchodních smluv, které uzavírá Objednatel se svými zákazníky nebo obchodními partnery, bezpečnostní kódy a hesla, účetní doklady a obchodní knihy, informace a data, která poskytl zákazníci Objednateli v rámci obchodní činnosti nebo ke kterým Objednatel Poskytovateli poskytl přístup a současně podléhají mlčenlivosti ze strany Objednatele.

4. Za důvěrné informace nemohou být označeny a považovány takové informace, které:

- a) jsou veřejně přístupné,
- b) jsou v obchodních kruzích běžně známé,
- c) Objednatel takto výslovně neoznačil,
- d) byly Poskytovateli známy již před zahájením spolupráce s Objednatelem,
- e) je Poskytovatel ze zákona povinen zveřejňovat,
- f) Objednatel jako důvěrné informace nechrání.

5. Povinnost mlčenlivosti se nevztahuje na důvěrné informace Objednatele poskytované Poskytovatelem:

- a) třetím osobám s výslovným souhlasem Objednatele,
- b) spolupracujícím osobám, pokud taková osoba je rovněž vázána povinností mlčenlivosti, a to minimálně ve stejné míře jako poskytovatel nebo zákonnou povinností mlčenlivosti,
- c) třetím osobám, kterým jsou tyto informace známy již před poskytnutím Poskytovatelem,
- d) veřejným orgánům na základě zákona,
- e) ve prospěch Objednatele, pokud takové poskytnutí nemůže Objednateli způsobit újmu.

6. Poskytovatel je povinen vyvinout maximální úsilí k ochraně důvěrných informací před únikem či ztrátou v důsledku porušení své povinnosti mlčenlivosti, odcizení, či porušení mlčenlivosti třetími

osobami. Poskytovatel je povinen přijmout nezbytná opatření technické a organizační povahy k tomu, aby nedošlo k:

- a) odcizení, ztrátě či poškození nosičů, na kterých jsou tyto informace zapsány,
- b) neautorizovanému přístupu k nosiči dat,
- c) vyzrazení, či zpřístupnění autorizačních prostředků třetí osobě.

7. Poskytovatel se zavazuje, že nepoužije informace, na které se vztahuje mlčenlivost dle těchto VOP, byť pro osobní potřebu, způsobem, kterým by mohl způsobit újmu objednateli, jeho obchodním partnerům, zákazníkům, či zaměstnancům Objednatele, popřípadě získat vlastní prospěch.

XIII. Smluvní pokuta

1. Pro případ prodlení Objednatele se splněním peněžitého závazku podle této Smlouvy je Objednatel povinen zaplatit Poskytovateli k jeho výzvě smluvní pokutu ve výši 0,25 % denně z dlužné částky za každý započatý den prodlení.

2. Pro případ prodlení Poskytovatele s předáním plnění, které nebylo zapříčiněno Objednatelem nebo vyšší mocí, je Poskytovatel povinen zaplatit Objednateli k jeho výzvě smluvní pokutu ve výši 0,25 % denně z odměny za každý započatý den prodlení.

XIV. Trvání smlouvy

1. Smlouva se uzavírá na dobu neurčitou.

2. Každá smluvní strana je oprávněna vypovědět smlouvu bez udání důvodu s tříměsíční výpovědní dobou. Výpovědní doba počíná běžet první den kalendářního měsíce následujícího po měsíci, ve kterém byla výpověď doručena.

3. Stejně tak je každá smluvní strana oprávněna vypovědět smlouvu jen částečně v rozsahu jednotlivé poskytované služby, za stejných podmínek jako v předchozím odstavci.

4. Obě smluvní strany mohou od smlouvy odstoupit v případě, že

- a) druhá strana porušila své povinnosti podstatným způsobem a nedošlo k nápravě ani po uplynutí jednoho týdne poté, co byla k nápravě vyzvána,
- b) tak stanoví smlouva nebo VOP,
- c) tak stanoví zákon.

5. V případě odstoupení od smlouvy jsou smluvní strany povinny si vrátit plnění, které již poskytly. Již poskytnuté služby a úhrada za ně, stejně jako jednorázová částka ceny služby se nevrací.

6. Objednatel se zavazuje využívat služeb Poskytovatele po dobu nejméně 6 měsíců od počátku jejich poskytování, není-li ve smlouvě dohodnuta jiná minimální doba využívání služeb. V případě ukončení

smlouvy (byť částečného dle odst. 3) Objednatel před koncem stanovené minimální doby, se Objednatel zavazuje uhradit Poskytovateli náhradní úplatu ve výši poloviny ceny, kterou by Poskytovateli byl povinen ještě uhradit, pokud by smlouva trvala po dobu 6 měsíců, a to do 15 dnů od ukončení smlouvy. Není-li pro službu stanovena měsíční částka odměny, vychází se z měsíční částky odměny 5.000,- Kč.

XV. Závěrečná ustanovení

1. Smluvní vztah mezi Poskytovatelem a Objednatel se řídí českým právním řádem.
2. Případné spory budou smluvní strany řešit především smírně. V případě, že se takto spor vyřešit nepodaří, příslušným soudem k řešení sporů ze smlouvy je místně příslušný soud Poskytovatele. Spory vždy před soudy České republiky.
3. Změna rozsahu poskytovaných služeb se provádí ve formě dodatku ke smlouvě, nebo uzavřením smlouvy nové.
4. Pokud Poskytovatel způsobí Objednateli škodu, hradí ji v rozsahu skutečné škody až do výše Objednatel dosud uhrazené ceny za služby za období jednoho roku před vznikem škody.
5. Poskytovatel je oprávněn jednostranně změnit VOP, a to v jakémkoli rozsahu přiměřeném potřebám Poskytovatele vyvstávajících z vývoje poskytování jeho služeb. Změnu VOP je Poskytovatel povinen oznámit Objednateli nejméně 2 měsíce před nabytím účinnosti této změny, a to zasláním nových VOP na jeho kontaktní adresu. Objednatel má právo ve lhůtě 1 měsíce od zaslání nových VOP smlouvu vypovědět s výpovědní dobou 1 měsíc, jinak se má za to, že změny VOP přijímá.
6. Poskytovatel a Objednatel si vzájemně doručují písemnosti na kontaktní adresy uvedené v záhlaví smlouvy. Primárním způsobem komunikace a doručování je elektronická komunikace, následující odstavec tímto není dotčen. V případě potřeby rychlé konzultace využívají kontaktní telefonní čísla uvedená ve smlouvě. Každá smluvní strana je povinna oznámit druhé straně změnu kontaktních údajů.
7. Bez předchozího písemného souhlasu druhé smluvní strany není žádná smluvní strana oprávněna jakoukoli svou pohledávku vůči druhé smluvní straně jednostranně započíst, postoupit třetí straně, dát do zástavy ani učinit předmětem zajišťovacího převodu práva. Pro účely tohoto odstavce se e-mail nepovažuje za písemnost.
8. Tyto VOP jsou dostupné na stránkách poskytovatele: www.advisio.cz/vop.
9. Tyto VOP nabývají účinnosti dnem 1.1. 2018

Bc. Jiří Komár – jednatel, v.r.

Ing. Radim Vašíček – jednatel, v.r.

Příloha č. 1 - Popis poskytovaných služeb

I. PPC inzerce

1. Služba PPC inzerce zahrnuje tvorbu, správu a nepřetržitou optimalizaci inzerce objednatele prostřednictvím reklamních systémů, ve kterých se platí za inzerci podle prokliku, a to jak ve fulltextových vyhledávačích, tak v obsahových sítích PPC systémů, ve prospěch webových stránek objednatele uvedených ve smlouvě za účelem zvýšení jejich návštěvnosti, případně jiného předem domluveného cíle.

2. Tvorbou inzerce se rozumí:

a) vytvoření plánu internetové reklamní kampaně objednatele ve fulltextových vyhledávačích a obsahové síti PPC systémů (dále jen „kampaň“),

b) příprava textových inzerátů tak, aby se zobrazovaly ve vyhledávačích a obsahové síti PPC systémů,

c) převzetí účtů objednatele v PPC systémech pod správu poskytovatele nebo založení zcela nových účtů v PPC systémech,

d) sestavení struktury kampaní ve formě reklamních sestav, výběr klíčových slov, napsání reklamních textů a nastavení finančních aspektů kampaní – zejména nastavení max. ceny za proklik a denních / měsíčních rozpočtů kampaní.

3. Správou inzerce se rozumí:

a) spuštění kampaně,

b) úpravy kampaní dle zkušeností poskytovatele a podnětů objednatele,

c) zajištění online přístupu objednatele ke statistikám v PPC systémech,

d) sestavování analytických a statistických reportů výkonnosti kampaní v domluveném rozsahu a periodicitě,

e) dohled nad kampaní (včetně úpravy frází klíčových slov a textů v průběhu kampaně).

4. Optimalizací se rozumí průběžné úpravy inzerce za účelem maximalizace klíčových hodnot výkonnosti kampaní dle domluvené strategie.

II. reklama na sociálních sítích (Facebook, Instagram)

1. Služba Facebook reklama zahrnuje tvorbu, správu a nepřetržitou optimalizaci inzerce objednatele prostřednictvím reklamního systému Facebook, ve kterých se platí za inzerci podle prokliku, ve prospěch webových stránek objednatele uvedených ve smlouvě za účelem zvýšení jejich návštěvnosti.

2. Tvorbou inzerce se rozumí:

a) vytvoření plánu internetové reklamní kampaně objednatele v prostřední reklamního systému Facebook (dále jen „kampaň“),

b) příprava nativních inzerátů (textové inzeráty s obrázky) tak, aby se zobrazovaly v rozhraní Facebooku a Instagramu,

c) převzetí účtu objednatele v PPC systému pod správu poskytovatele nebo založení zcela nového účtu v PPC systému, d) sestavení struktury kampaní ve formě reklamních sestav, reklam a nastavení finančních aspektů kampaní – zejména nastavení max. ceny za proklik a denních / měsíčních rozpočtů kampaní.

3. Správou inzerce se rozumí:

- a) spuštění kampaně,
- b) úpravy kampaní dle zkušeností poskytovatele a podnětů objednatele,
- c) zajištění online přístupu objednatele ke statistikám v PPC systému,
- d) sestavování analytických a statistických reportů výkonnosti kampaní v domluveném rozsahu a periodicitě,
- e) dohled nad kampaní (včetně úpravy cílení kampaní a kreativ reklam v průběhu kampaně).

4. Optimalizací se rozumí průběžné úpravy inzerce za účelem maximalizace klíčových hodnot výkonnosti kampaní dle domluvené strategie.

III. Optimalizace webových stránek (SEO)

1. Služba SEO zahrnuje optimalizaci pro fulltextové vyhledávače ve prospěch webových stránek objednatele. Součástí prací je pak analýza klíčových slov, linkbuilding, SEO audit a další práce související s optimalizací pro fulltextové vyhledávače.

2. Analýzou klíčových slov se rozumí:

- a) vytvoření seznamu relevantních hledaných slov a frází,
- b) analýza konkurence,
- c) zpracování doporučení na využívání a zpracování klíčových slov na webu i mimo web.

3. Linkbuildingem se rozumí doporučení pro vytváření zajímavého obsahu a pro získávání relevantních odkazů. Zhotovitel bude realizovat akvizici zpětných odkazů ve prospěch webu objednatele. Zde bude využívat zejména tyto možnosti:

- a. Interní odkazování v rámci stránky objednatele,
- b. Získávání odkazů z kvalitních katalogů www stránek,
- c. Výměna odkazů,
- d. Nákup odkazů,
- e. Využití odkazů ze sociálních médií,
- f. Umisťování PR obsahu na mediální weby,
- g. Link-baiting,
- h. Online PR,
- i. Kvalitní diskuze a fóra

4. SEO auditem se rozumí analýza webu/e-shopu objednatele z pohledu SEO. Součástí jsou pak především tyto úkony:

- a. Prověření cílových klíčových slov a míra jejich správného používání na e-shopu,
- b. Zjištění pozic na důležitá klíčová slova ve výsledcích vyhledávání za účelem stanovení další strategie,
- c. Prověření stávající navigační struktury webu a případné navržení vhodnějšího rozčlenění obsahu webu,
- d. Kontrola nežádoucího duplicitního obsahu a URL adres na webech s návrhem řešení pro jejich odstranění,
- e. Analýza landing page na webech a v případě těch nevhodných návrh lepších landing page, které dovedou návštěvníka na stránku poskytující informace, které hledal,
- f. Revize vzájemného prolinkování stránek v rámci jednoho webu s doporučením, jak by mělo být prolinkování vylepšeno,
- g. Kontrola, zda nejsou používány nepovolené metody (třeba i nedopatřením), které by mohly způsobit penalizace webu u vyhledávačů,
- h. Revize textového obsahu webu,
- i. Prověření indexace webu ve vyhledávání,

5. Správou optimalizace se rozumí průběžné úpravy doporučení vytvořených podle odst. 2 písm. c) a odst. 3 za účelem udržování či dalšího zvyšování relevantní návštěvnosti z fulltextových vyhledávačů.

IV. Copywriting

1. Služba copywriting zahrnuje analýzu textů webových stránek a jejich úpravu za účelem zvýšení jejich důvěryhodnosti a relevantní návštěvnosti z fulltextových vyhledávačů.
2. Analýzou textů webových stránek se rozumí zjištění nedostatků textů webových stránek a návrh řešení ve formě změny či vytvoření textů nových.
3. Úpravou textů webových stránek se rozumí úprava stávajících textů na základě předchozí analýzy, případně vytvoření textů nových.

V. E-mail marketing

1. Služba e-mail marketing zahrnuje úvodní revizi e-mailingu a realizaci e-mailingových kampaní. Služba zlepšuje povědomí stávajících zákazníků o objednateli za účelem jeho udržení a může pomáhat v prodeji zboží a služeb.
2. Revizí e-mailingu se rozumí:
 - a) Analýza dosavadních e-mailingových kampaní,
 - b) Příprava e-mailingové strategie,

- c) Výběr vhodného nástroje pro realizaci e-mail rozesílek,
- d) Vytvoření e-mailingových šablon,

3. Realizaci e-mailingových kampaní se rozumí:

- a) Pokud lze, tak se řeší segmentace zákazníků,
- b) Pokud lze, tak se řeší automatizace e-mailových kampaní,
- c) Vytvoření obsahu jednotlivých e-mailů dle vytvořených šablon,
- d) Rozesílání vytvořených e-mailů na adresy zákazníků objednatele,
- e) Vyhodnocování úspěšnosti e-mailingových kampaní,

VI. Vyhledávače zboží

1. Služba Vyhledávače zboží zahrnuje tvorbu, správu a nepřetržitou optimalizaci inzerce objednatele na zbožových vyhledávacích Heureka.cz, Zbozi.cz, ve kterých se platí za inzerci podle prokliku, ve prospěch webových stránek objednatele uvedených ve smlouvě za účelem zvýšení jejich návštěvnosti, případně jiného předem domluveného cíle.

2. Tvorbou inzerce se rozumí:

- a. příprava nástroje Mergado.cz, který je pro následnou správu nutný (náklady na pronájem nástroje Mergado.cz platí objednatel),
- b. nastavení všech potřebných exportů pro vybrané zbožové srovnávače,
- c. provedení auditu XML feedů a případná oprava nedostatků,
- d. propojení nástroje Mergado.cz se zbožovými srovnávači,
- e. prvotní nastavení pravidel v nástroji Mergado.cz pro párování produktů, nastavení extra message pro Zbozi.cz a dalších potřebných pravidel,

3. Správou inzerce se rozumí:

- a) spuštění kampaně,
- b) úpravy kampaní dle zkušeností poskytovatele a podnětů objednatele,
- c) zajištění online přístupu objednatele ke statistikám v PPC systémech,
- d) sestavování analytických a statistických reportů výkonnosti kampaní v domluveném

rozsahu a periodicitě,

- e) dohled nad kampaní (včetně úpravy frází klíčových slov a textů v průběhu kampaně).

4. Optimalizací se rozumí průběžné úpravy inzerce za účelem maximalizace klíčových hodnot výkonnosti kampaní dle domluvené strategie.

VII. Správa stránek na sociálních sítích (Facebook, Instagram)

1. Služba Správa Facebook stránky (případně Instagram profilu) zahrnuje úvodní nastavení a přípravu komunikační strategie a samotnou správu Facebook stránky a Instagram profilu.

Cílem této služby je zvýšit zájem o značku / službu objednatele, zvýšit dosah jednotlivých příspěvků na sociální síti Facebook či Instagram a zajišťovat komunikaci s uživateli na Facebook stránce či Instagramu objednatele.

Objednatel by měl přistupovat k Facebook stránce a Instagramu primárně jako k neprodejnímu kanálu. Pro prodej se dá využít služba Facebook reklama nebo jiné marketingové kanály.

2. Úvodním nastavením a přípravou komunikační strategie se rozumí:

- a) Analýza dosavadních aktivit na sociální síti Facebook či Instagram,
- b) Návrh změn a úprav v rozhraní Facebook či Instagram,
- c) Soupis doporučení pro komunikaci na Facebook stránce a případně na Instagram profilu,
- d) Příprava vybraných grafických kreativ,
- e) Konzultace s objednatelem,

3. Správou Facebook stránky (případně Instagram profilu) se rozumí:

- a) Vytváření popisu pro příspěvky,
- b) Tvorba jednoduchých grafických kreativ pro příspěvky,
- c) Příprava a plánování příspěvků,
- d) Zveřejňování příspěvků,
- e) Komunikaci a interakce s uživateli Facebook stránky (reakce na komentáře, zprávy uživatelů) či Instagram profilu,
- f) Komunikaci s objednatelem nad obsahem Facebook stránky či Instagram profilu,
- g) Sestavování reportů aktivit na Facebook stránce či Instagram profilu v domluveném rozsahu a periodicitě,

VIII. Influencer marketing

1. Služba Influencer marketing zahrnuje aktivní vyhledávání a domlouvání spolupráce s vhodnými influencery.

Cílem této služby je zvýšit zájem o značku / službu objednatele mezi jeho cílovou skupinou uživatelů. Objednatel by měl přistupovat k influencer marketingu primárně jako k neprodejnímu kanálu.

2. Influence marketingem se pak rozumí:

- a) Aktivní vyhledávání vhodných influencerů (bloggerů, vlogerů...),
- b) Domlouvání spolupráce s vybranými influencery,
- c) Domlouvání odměňování a vhodných výstupů z jednotlivých kampaní,
- d) Kontrola výstupů a reporting výsledků,
- e) Komunikaci s objednatelem,

3. Objednatel je srozuměn s tím, že spolupráce s Influencery je vázána finanční či jinou (například barterovou) odměnou, která je domluvena individuálně s každým influencer, dle jeho požadavků. Tuto odměnu nehradí Zhotovitel, ale přímo Objednatel, pokud toto není ve smlouvě vymezeno jinak.

IX. Full servis

- 1. Služba Full servis v sobě kombinuje více typů služeb z VOP na základě potřeb objednatele. Přesný soupis poskytovaných služeb je uveden ve smlouvě.
- 2. Cena za tuto službu se určuje individuálně dle obtížnosti, a to na základě odhadu potřebného času násobeného hodinovou sazbou. Odhad času hodinová cena a výsledná částka se uvede ve smlouvě. Cenu za jednorázové úkoly v rámci Full servisu hradí objednatel jednorázově. Samotný Full servis funguje na bázi měsíční spolupráce a objednatel vždy jednou měsíčně.

X. Grafické práce

1. Mezi Grafické služby patří všechny typy prací, které nejsou uvedené v předchozích článcích a poskytovatel se s objednatelem ve smlouvě dohodl na jejich poskytování. Mezi grafické práce zařazujeme zejména:

- a) Příprava grafických banerů a koláží,
- b) Příprava grafických návrhů webových stránek,
- c) Tvorba animaci,
- d) Tvorba video reklam,
- e) Příprava grafických šablon pro e-mail marketing,
- f) Příprava grafických prvků a ikon,

XI. Konzultace

1. Za Konzultace jsou považovány takové služby, které nejsou uvedené v předchozích článcích a poskytovatel se s objednatelem ve smlouvě dohodl na jejich poskytování.

Konzultace poskytujeme například v těchto oblastech:

- a) Marketingové strategie
- b) User experience

c) Použitelnost webu

d) SEO

e) PPC

f) Webová analytika

g) Brand building

h) Sociální sítě

XII. Ostatní služby

1. Ostatní služby jsou ty, které nejsou uvedené v předchozích článcích a poskytovatel se s objednatelem ve smlouvě dohodl na jejich poskytování.

Příloha č. 2: Smlouva o zpracování osobních údajů

Práva a povinnosti smluvních stran v souvislosti se zpracováním osobních údajů

1. Poskytovatel (dále jen jako „**Zpracovatel**“) a Objednatel (dále jen jako „**Správce**“) na základě smluvního vztahu, jehož součástí je tato příloha, spolupracují v oblasti poskytování služby internetového marketingu v českém či jiném jazyce, především na reklamních systémech Sklik, Google AdWords a Facebook a ve vyhledávacích zboží Heureka.cz, Heureka.sk a Zbozi.cz (dále jen „**Služby**“).

V rámci této spolupráce dochází či může docházet k předání osobních údajů, kdy účel jejich zpracování a finanční prostředky na takové zpracování určuje a poskytuje Správce a Zpracovatel osobní údaje pro Správce dále zpracovává v mezích těchto ustanovení o zpracování osobních údajů.

2. Ustanovení následujícího článku vymezují práva a povinnosti Stran při takovém zpracování osobních údajů.

3. Smluvní strany se zavazují poskytnout si vzájemně veškerou potřebnou součinnost a podklady pro zajištění bezproblémové a efektivní realizace těchto smluvních podmínek, a to zejména v případě jednání s Úřadem na ochranu osobních údajů nebo s jinými veřejnoprávními orgány.

Zpracování osobních údajů

4. Zpracovatel je pro Správce oprávněn zpracovávat osobní údaje koncových uživatelů Správce, které budou konkrétně stanoveny v jednotlivých písemných pokynech zadávaných Správcem.

5. Zpřístupnění proběhne tak, že Správce zajistí Zpracovateli přístup do databáze určené pro shromažďování výše uvedených Osobních údajů za účelem plnění objednaných Služeb.

6. Správce zpřístupní Zpracovateli databázi z výše uvedeného odstavce prostřednictvím zaslání databáze ve formátu.xls, která je opatřena šifrováním, kterého je docíleno archivací databáze ve formátu ZIP. Tato archivace je opatřena bezpečnostním heslem – přístupovým kódem. Přístupový kód do databáze je zaslán prostřednictvím sms zprávy na telefonní číslo uvedené jako kontaktní číslo Zpracovatele ve smlouvě.

7. Zpracovatel osobní údaje zpracuje pouze za účelem plnění objednaných Služeb.

Zpracovatel bere na vědomí, že v případě porušení tohoto ustanovení bude Zpracovatel považován za správce osobních údajů.

8. Správce je oprávněn rozšířit účel zpracování v souladu se zákonem, kdy pokyn k dalšímu zpracování lze Zpracovateli sdělit pouze písemnou formou. Za písemnou formu se pro účely těchto smluvních podmínek považuje rovněž e-mailová komunikace Smluvních stran adresovaná oprávněným osobám.

Práva a povinnosti při zpracování osobních údajů

9. Zpracovatel se zavazuje přijmout technická, organizační a jiná opatření, jež zamezí neoprávněnému nebo nahodilému přístupu k Osobním údajům, jejich změně, zničení, ztrátě či jinému neoprávněnému nakládání s Osobními údaji. Zpracovatel se zavazuje zejména:

a) používat zabezpečený přístup do PC, kdy přístupy do PC budou známy pouze Zpracovateli;

b) používat zabezpečený přístup do databáze osobních údajů, přístupy je povinen Zpracovatel zadávat tak, aby nebyly zobrazeny, neukládaly se, nebyly zpřístupněny třetí osobě;

c) pro zpracování užívat software a služby, které splňují standardní požadavky na bezpečnost dat a splňují normy stanovené Evropskou unií;

d) bez předchozího souhlasu Správce netvořit kopie databáze;

e) užívat vhodné prostředky zabezpečení, např. šifrování či jiné vhodné a potřebné prostředky vždy v závislosti na konkrétním jednání a datech;

f) neumožnit přístup k údajům třetím osobám, pokud tento přístup nebude písemně schválen Správce nebo neplyne z těchto smluvních podmínek;

g) dodržovat mlčenlivost ohledně údajů.

10. Zpracovatel se zavazuje taktéž:

a) zpracovávat Osobní údaje pouze v takové podobě, v jaké mu byly předány Správce;

b) zpracovávat pouze Osobní údaje za účelem vymezeným touto Smlouvou a pouze v rozsahu nutném pro naplnění tohoto účelu;

c) nesdružovat Osobní údaje, které byly získány k rozdílným účelům;

d) uchovávat Osobní údaje pouze po dobu, která je uvedena v informační povinnosti nebo v souhlase koncového uživatele.

11. Správce je povinen pro Zpracovatele archivovat souhlasy se zpracováním osobních údajů, které byly Správci koncovými uživateli předány. Správce je povinen souhlasy do 2 pracovních dnů od výzvy Zpracovatele Zpracovateli vydat.

12. Zpracovatel je povinen zajistit, aby zaměstnanci a jiné osoby Zpracovatelem pověřené ke zpracování Osobních údajů tyto zpracovávaly jen v rozsahu a za účelem dle těchto smluvních podmínek a dle Nařízení.

13. Zpracovatel i Správce se zavazují dodržovat při zpracovávání Osobních údajů na základě těchto smluvních podmínek povinnosti stanovené Nařízením a dalšími obecně závaznými právními předpisy k této činnosti se vztahujícími.

14. Zpracovatel se zavazuje na výzvu Správce opravit, aktualizovat, smazat nebo přemístit Osobní údaj dle pokynu Správce bez zbytečného odkladu od takové výzvy.

15. V případě, že námitka subjektu údajů dle čl. 21 odst. 1 Nařízení určená Zpracovateli bude shledána oprávněnou, zavazuje se Zpracovatel odstranit neprodleně závadný stav.

16. Zpracovatel je povinen při plnění povinností z těchto smluvních podmínek postupovat s odbornou péčí, řídit se pokyny Správce a jednat v souladu se zájmy Správce. Pokud Zpracovatel zjistí, že Správce porušuje povinnosti Správce uložené Nařízením, je povinen tuto skutečnost neprodleně oznámit.

17. Správce souhlasí, že Zpracovatel je oprávněn pověřit zpracováním osobních údajů dalšího zpracovatele bez dodatečného výslovného konkrétního povolení Správce (dále jen „**Podzpracovatel**“). Zpracovatel informuje Správce o veškerých Podzpracovatelech, které zamýšlí pověřit zpracováním osobních údajů a poskytne tak Správci příležitost vyslovit vůči přijetí těchto Podzpracovatelů námitky. Nevyjádří-li Správce své námitky vůči Podzpracovatelům do tří pracovních dnů, je Zpracovatel tohoto Podzpracovatele oprávněn zpracováním osobních údajů pověřit. Pokud

Zpracovatel zapojí Podzpracovatele, aby provedl určité činnosti zpracování, musí být tomuto Podzpracovateli uloženy na základě smlouvy stejné povinnosti na ochranu osobních údajů, jaké jsou uvedeny v této Smlouvě a v Nařízení. Neplní-li uvedený Podzpracovatel své povinnosti v oblasti ochrany údajů, odpovídá Správci za plnění povinností dotčeného Podzpracovatele Zpracovatel.

18. Zpracovatel se zavazuje poskytnout Správci veškeré informace potřebné k doložení toho, že byly splněny povinnosti stanovené touto Smlouvou nebo Nařízením týkající se osobních údajů a umožnit Správci nebo třetí straně, která bude vůči Správci zavázána mlčenlivostí, audit v přiměřeném rozsahu. Audit musí být oznámen dostatečně dopředu, nejméně 30 dní před proběhnutím auditu a nesmí nepřiměřeně zasahovat do činnosti Zpracovatele. Náklady auditu, které nejsou vzniklé jednoznačným porušením povinností Zpracovatele, hradí Správce.

Práva a povinnosti stran týkající se zpracování osobních údajů při ukončení smluvního vztahu stran

19. V případě jakéhokoli ukončení smluvního vztahu či ukončení zpracování Osobních údajů je Zpracovatel povinen bezodkladně provést likvidaci Osobních údajů, které mu byly poskytnuty na základě těchto smluvních podmínek.

Mlčenlivost

20. Zpracovatel se zavazuje zachovávat mlčenlivost o zpracovávaných Osobních údajích, zejména je nesmí zveřejňovat, šířit, či předávat dalším osobám mimo osoby v zaměstnaneckém poměru se Zpracovatelem nebo jiným oprávněným osobám, jež jsou zpracováním Osobních údajů pověřeny. Zpracovatel je povinen zajistit, aby také jeho zaměstnanci a jiné oprávněné osoby dodržovali závazek mlčenlivosti dle těchto smluvních podmínek. Tato povinnost Zpracovatele trvá i po skončení tohoto smluvního vztahu.

21. Zpracovatel je dále povinen zachovávat mlčenlivost o bezpečnostních opatřeních přijatých k zabezpečení ochrany osobních údajů, a to i po skončení tohoto smluvního vztahu.

Odpovědnost

22. Poruší-li Zpracovatel jeho povinnosti založené těmito smluvními podmínkami nebo Nařízením, odpovídá za veškerou škodu vzniklou v důsledku takového porušení. Rozsah povinnosti se vztahuje i na škodu způsobenou třetím osobám a sankce uložené veřejnoprávním orgánem v důsledku porušení Nařízení nebo jiného předpisu upravujícího ochranu Osobních údajů.

23. Zpracovatel odpovídá i za škodu způsobenou porušením těchto smluvních podmínek zaměstnanci Zpracovatele.