

# Desatero pro accounty

*při uzavírání smluv s klienty*

## 1 Vymezení zadání je důležitější, než by se mohlo zdát

Ideální je podepsat smlouvu před tím, než začnete pracovat na projektu. Chápeme ale, že někdy to není možné. V takovém případě definujte alespoň jasné zadání. Čím přesnější a detailnější specifikace, tím lépe budete schopni prokázat, že jste dodali to, co jste měli.

→ Nenechte se ale snahou o dokonalost paralyzovat - raději to popište vlastními slovy než vůbec.

→ Také se vám díky specifikaci zadání bude dobře trackovat, že se zadání v průběhu změnilo a že tedy klient nemůže počítat s původním naceněním.

→ Ujasněte si, co je třeba dohodnout před zahájením práce:

- specifikace zadání
- rozpočet a náklady na služby třetích stran (reklamní nástroje, produkční společnost...)
- časový harmonogram
- licence

→ Smlouva by měla také zohledňovat specifika toho, co pro klienta děláte.

Pro tvorbu kreativy, správu PPC kampaní nebo pořádání eventů určitě nepůjde použít stejná rámcovka.

→ A nezapomeňte si všechno, co si s klientem dohodnete na callu nebo meetingu, potvrdit i e-mailem nebo v projektové platformě.

# 2

## Ověřte si, že dotyčný může za klienta jednat

**Pohlídejte si, že smlouvu uzavírá oprávněná osoba: CEO, jednatel nebo jiný právně způsobilý zástupce klienta**

→ **Ověřte to v obchodním rejstříku.  
Ten najdete na [or.justice.cz](http://or.justice.cz)**

Komunikuje s vámi někdo jiný, než osoba zapsaná v rejstříku? Buďte na pozoru. I když nemusíte nutně tahat za kratší provaz, můžete se dostat do sporu o to, jestli taková osoba mohla smlouvu uzavřít. Kdyby ne, mohla by být neplatná a klient by vám za práci nemusel zaplatit.

Vždy se tedy raději spojte s jednateli a jednání si potvrďte. Anebo si nechte předložit plnou moc od toho, kdo smlouvu podepisuje.

Podobně to platí pro schvalování výstupů. I ty musí schválit někdo, kdo k tomu má pravomoc.

**Specifikujte, za jakých podmínek je platba prováděna:**

- V jakých termínech?
- Jaká je splatnost faktur?
- Na co jsou platby navázány - na odevzdání práce, na schválení klientem nebo na pevné datum?

Zvažte si výhody a nevýhody všech variant. Třeba pokud podmíníte platbu schválením výstupu klientem, může dojít k situaci, kdy klient ze subjektivních důvodů neschválí výstup, a vy nebudete moct fakturovat.

Ujasněte si, jak bude probíhat platba, pokud spolupráce skončí uprostřed projektu. Kdo zaplatí za odvedenou práci? A jak velkou částku můžete fakturovat?

Dohodněte si také rovnou hodinové sazby za vícepráce, protože u původního zadání spolupráce nemusí skončit.

## Platební podmínky neznamenají jen dohodu na ceně

# 3

# 4 Termíny jsou svaté, ale dají se posunout

**Od kdy se termíny počítají? Od schválení nabídky, předání podkladů nebo jiného klíčového momentu?**

Nedodal vám klient podklady a vy nemůžete pracovat? A máte sjednáno, že v takovém případě můžete termíny posunout? A o kolik? Občas nestačí posunout pouze o prodlení klienta – třeba už tam máte dohodnuté jiné práce.

**Specifikujte si, kdy je termín považován za splněný – je to předání výstupu k akceptaci, nebo až jeho akceptace?**

# 5 Ať klient nedělá mrtvého brouka

**Přemýšlejte dopředu, co dělat, když klient přestane reagovat. Třeba když záměrně odkládá schválení výstupů nebo úplně přestane komunikovat.**

Zahrňte do smlouvy ustanovení, že pokud klient nereaguje na požadavky na schválení, považuje se výstup automaticky za schválený.

Pokud klient nekomunikuje nebo nedodává podklady, stanovte si, že se práce pozastaví a termíny se posunou.

# 6 AI je dobrý sluha, ale...

Dejte klientovi vědět, že AI používáte a ujistěte se, že chápe, jak AI nástroje fungují a jak to může ovlivnit výsledky vaší práce.

A pokud si nejste jisti, jaká rizika pro vás užívání AI nástrojů může přinášet, mrkněte na naši infografiku “Desatero pro marketáky, kteří pracují s AI nástroji”.

# 7 Licence jsou alfa a omega

Licence jsou klíčové nejen pro to, aby klient mohl s výstupy legálně pracovat, ale abyste si ani vy nepodřizli větev pod nohama.

Jasně definujte rozsah licence – kde a jak dlouho může klient výstupy používat. Aby se nestalo, že klient fotky pro sociální sítě vytiskne na billboardy.

- Pracujte s licencí jako s nástrojem, kterým si pojištíte vlastní zájmy. Zahrňte ustanovení, že licence může být zrušena v případě, že klient nezaplatí včas.
- Nezapomeňte specifikovat, co součástí licence naopak není - třeba k moodboardu klientovi žádná práva nedáváte. Stejně tak třeba používáte prvky, ke kterým ani licenci dát nemůžete (jako nástroje třetích stran nebo některé výstupy z AI nástrojů).
- A také si zkontrolujte, že práva, která dáváte klientovi, máte od člena týmu, který na výstupu pracuje. Dáváte klientovi možnost upravit váš výstup? Tak dávejte pozor – velmi často toto není součástí licence od autorů a je třeba získat zvláštní souhlas.

Omezujte ve smlouvě odpovědnost za všechno, nad čím nemáte kontrolu anebo to nezahrnuje vaše pojistka.

Máme na mysli třeba:

- To, že klient nemůže reklamovat subjektivní dojem z vaší práce.
- • Abyste nemuseli výstupy přizpůsobovat na základě připomínek "Našemu CEO se to moc nelíbí".
- Omezení odpovědnosti za regulaci reklamy mimo region, na kterém jste dohodnutí.
- • Děláte reklamu na alkohol podle CZ práva? Zdůrazněte, že odpovídáte jen za soulad s českými zákony.
- Omezení odpovědnosti poskytovatelů vašich nástrojů.
- • Určitě nechcete odpovídat za to, že má Google výpadek, a tak jste klientovi nemohli poskytnout služby nastavení kampaně.
- To, že s tím, co vám předá klient, můžete 100% počítat.
- • Ujistěte se, že klient má k podkladům práva a můžete s nimi pracovat, jak je libo.

Nebud'te odpovědní za věci, za které odpovídat nemusíte

# 8

# 9 S důvěrnými informacemi opatrně

Uzavřete NDA a specifikujte, co přesně je chráněno. A chraňte jak klientovo know-how, tak vaše.

Ujistěte se, že stejná pravidla mlčenlivosti platí i pro členy vašeho týmu nebo dodavatele, kteří se na projektu podílejí.

## Evergeen v podobě GDPR

# 10

Pokud pracujete s osobními údaji, uzavřete s klientem smlouvu o zpracování osobních údajů, která upravuje, jak budou data chráněna a používána.

Myslete na to, že klient odpovídá za správnost údajů, které vám předal.

A nastavte si pravidla, za kterých budete pro klienta sbírat údaje vy.

**Víme, že vaše tempo je vražedné**, a proto jsme připravili jen toto rychlé shrnutí. Pokud byste chtěli cokoliv probrat více do detailu, **stačí kliknout níže** a rádi si s vámi dáme kafe.



CHCI PRÁVNÍ SLUŽBY, KTERÉ STÍHAJÍ AGENTURNÍ TEMPO