

Spolupráce s influencery



„Neznalost zákona neomlouvá“
a to ani při spolupráci s influencery
na sociálních sítích.

Na co byste si měli dávat pozor? →

Co si pohlídat při spolupráci s influencery

→ Co je spolupráce:

- Propagace vašich služeb nebo produktů na platformě influencera (Instagramu, blogu, YouTube) za finanční odměnu, barter nebo jiné protiplnění.
- **Příklad:** Kosmetická firma požaduje po influencerovi 1 post na Instagram s označením své značky výměnou za balíček krémů.

→ Co není spolupráce:

- Redakční obsah, jehož smyslem není podpora prodeje, ale informování sledujících.
- **Příklad:** Influencer píše blog o kávě a kavárnách a z vlastní vůle na Instagramu označuje kávové podniky, které navštívil. O spolupráci by se jednalo, pokud by blogera kavárna pozvala a on výměnou za konzumaci zveřejnil post.

→ Každou spolupráci je třeba označit:



- Označení reklamy musí být **srozumitelné** a na první pohled **viditelné** (schovat hashtag #ad mezi dvacet dalších hashtagů nestačí).
- Odpovědnost za neoznačenou reklamu (a s ní související pokuty) nese **jak influencer, tak značka**, případně i **agentura**, která spolupráci zprostředkovala.

→ Jak šikovně označit reklamu:

- ✓ Skrze funkci “Placené partnerství” na Instagramu nebo “Obsahuje placenou propagaci” na YouTube.
- ✓ Hashtagem #spoluprace nebo #reklama v úvodu textu příspěvku.
- ✓ Faktickým vysvětlením v úvodu příspěvku (text, ze kterého bude sledujícím jasné, že se jedná o spolupráci - např.: “Navázala jsem spolupráci s firmou XY a dostala jsem tak díky tomu do zákulisí výroby XY...”

→ Co si pohlídat při spolupráci s influencery:

Co a kdy po influencerovi chcete

- Aby nepostoval příspěvky týden po akci nebo v noci.

Jaký výsledek má mít příspěvek

- Aby influencer udělal vše potřebné pro vytyčený dosah.

Nakolik má influencer volnou ruku

- Pokud si chcete pohlídat, co vypustí ven.

Regulaci reklamy

- Protože mnoho produktů má speciální právní úpravu.

Co za to?

- Bude influencer fakturovat nebo uzavřete DPP?

Autorská práva na výstupy

- Abyste jeho fotku či video mohli použít do kampaně.

Exkluzivitu

- Aby za týden nedělal reklamu vaší konkurenci.

Smluvní pokuty

→ Aby věděl, že vše dohodnuté musí dodržet.

Označení reklamy

→ Protože i vám hrozí pokuta za klamání spotřebitele.

Krizový scénář


→ Kdyby se něco zvtlo.

Chcete mít jistotu, že je vaše spolupráce stoprocentně právně krytá?

[Nechte si od nás nastavit smlouvu](#) s detailními podmínkami, úpravou autorských práv a exkluzivity. Můžete ji pak používat léta.



Se svými dotazy ohledně spoluprací s influencery se můžete obrátit přímo na právničku **Andreu Pavelcovou**, která se na tuto oblast specializuje:

 +420 255 785 595

 andrea.pavelcova@elegal.cz

