






## *filarów legalnego produktu online*

**K**iedy myślisz o sprzedaży swojego produktu cyfrowego – e-booka czy też kursu online, to pewnie w Twojej głowie pojawia się myśl w zakresie prawa i legalnych aspektów, że potrzebujesz regulaminu i RODO albo RODO i polityki prywatności, polityki cookies – i to jest wszystko. Już na początku muszę Ci powiedzieć, że to nie jest wszystko – to tak naprawdę czubek góry lodowej. Znasz już tę metaforę, bo posługiwałam się nią w ostatnich materiałach, gdzie tłumaczyłam Ci, co widzisz, a jak jest naprawdę. Dzisiaj zajmiemy się właśnie tym, jak jest naprawdę – opowiem Ci, na czym polega zgodna z prawem produkcja, dystrybucja i sprzedaż kursów online czy też e-booków!

Zapoznaj się z materiałem do końca – jestem przekonana, że znajdziesz w nim dużo cennej wiedzy! Zazwyczaj monetyzuję ją, ponieważ przedstawiam ją przedsiębiorcom w ramach usługi „Konsultacje na start”, ale dzisiaj dostajesz ją ode mnie bezpłatnie – będzie Cię to kosztować jedynie trochę czasu, ale z pewnością nie pożałujesz.



Czym tak naprawdę jest legalna, zgodna z prawem sprzedaż produktów online? Żeby wyjaśnić Ci najważniejsze aspekty, pogrupowałam je w siedem filarów – pierwszy z nich to w ogóle pomysł na Twój e-produkt. Kolejny to tworzenie tego produktu, dalej mamy dobrą współpracę z innymi podmiotami, sprzedaż zgodną z prawem – nie tylko w odniesieniu do regulaminu, RODO w biznesie online (w praktyczny sensie), newsletter oraz ochronę Twoich praw autorskich na wypadek ich naruszenia.

Omówienie tych siedmiu filarów sprawi, że tak naprawdę przeprowadzę Cię z punktu A do punktu Z – kompleksowo, przez cały proces. W głowach twórców produktów cyfrowych często pojawia się myśl, że wystarczy regulamin, politykę prywatności można skądś skopiować – nie zdają sobie sprawy, że jest cały szereg kwestii, które trzeba uregulować, aby nie narobić sobie problemów!



## *Filar 1: pomysł*

Pierwszy filar i podstawa produktu cyfrowego to pomysł. Część przedsiębiorców zastanawia się nad możliwościami jego zabezpieczenia – oczywiście istnieje szereg sposobów, ale problem z pomysłami jest taki, że co do zasady nie można ich zastrzec. Trudno ochronić pomysł w jakiś namacalny sposób, ale można zabezpieczyć się umowami o zachowaniu poufności (tzw. NDA) ze wszystkimi osobami, z którymi rozmawiamy o pomysle na kurs, e-book czy webinar. Warto też nie dzielić się informacjami o pomysle publicznie – jasne, kusi pochwalenie się kursem czy tematem webinaru w social mediach, ale trzeba liczyć się wtedy z tym, że konkurencja może wykorzystać tę kwestię pierwsza. W obrębie mastermindów można wykorzystać dokument taki jak mój Kodeks Honorowy Mastermind, który zawiera

klauzule związane z poufnością, lojalnością i zasadami, którymi kieruje się grupa. Mastermindy często trwają chwilę, zmienia się ich skład, więc jeśli nie chcesz, żeby o Twoim produkcie dowiedziała się niekontrolowana liczba osób (w tym konkurencja!), to zwróć na to uwagę.

Na etapie pomysłu często przedsiębiorcy zakładają konta w social mediach – otwierają profile na Facebooku, Instagramie czy na innych platformach społecznościowych... I zaczynają przetwarzać dane, stają się ich administratorami, obowiązują ich klauzule! Muszą też zadbać o bezpiecznego maila, założonego w serwisie, który pozwala na użytek komercyjny (biznesowy) – adres będzie podłączony do płatności, faktur, na tę skrzynkę będą pisać klienci!

Niektórzy decydują się też w tym czasie zbudować stronę internetową – na początku działalności to duży wydatek, jedna z ważniejszych inwestycji. Warto zatem w odpowiedni sposób zabezpieczyć swoje interesy – musisz wiedzieć dokładnie, za co płacisz, w oparciu o jaką wizję budowana jest strona, na kiedy ma być gotowa i obowiązkowo upewnić się, że jesteś zarejestrowan\_ jako abonent własnej domeny. We współpracy z dostawcą zabezpiecz się też przed nielegalnym wykorzystaniem treści na Twojej stronie – na przykład zdjęć czy grafik, do których nie masz licencji; w przeciwnym razie to Ty poniesiesz odpowiedzialność za naruszenia, a nie dostawca czy agencja marketingowa.

## ***Filar 2: zgodne z prawem treści***

Kolejny filar to tworzenie zgodnych z prawem treści. Na tym etapie największy problem pojawia się wtedy, kiedy masz już e-booka czy kurs online i nagle okazuje się, że źle skorzystałś na przykład z licencji Canvy i nie mogłś wykorzystać pewnych zasobów albo wrzuciłś do e-booka zdjęcia innych osób, a nie masz ich zgody na wykorzystanie wizerunku. Najgorsza sytuacja to ta, w której nie wiesz właściwie, co możesz, a czego Ci nie wolno – nie rozumiesz regulaminów, a masz już zbudowaną kampanię, reklamy, cały produkt i okazuje się, że trzeba wszystko zweryfikować. W takim przypadku pojawia się ogromny stres i wątpliwości, co zrobić – czy poprawiać od razu, czy czekać do kolejnej edycji. Dlatego właśnie radzę, żeby przed przystąpieniem do tworzenia treści zapoznać się z tym, jak korzystać z Canvy, stocków, banków zdjęć, a w razie współpracy z Wirtualnym Wsparciem czy grafikiem również i im zwrócić na to uwagę – na przykład w umowie.

## ***Filar 3: dobra współpraca***

Trzeci filar to dobra współpraca z innymi – na czym ona polega? Moim zdaniem jej bazą jest dobra komunikacja, najlepiej spisana na papierze, której zasady i warunki są spisane językiem prostym, precyzyjnym, transparentnym... Oczywiście chodzi mi o umowę! Uważam, że dobra współpraca zaczyna się od umowy – stwórz sobie mapę osób, z którymi chcesz współpracować (np. dzieląc je na kategorie w zależności od budżetu, którym będziesz dysponować). Możesz uznać, że podstawą jest dla Ciebie współpraca z korektorem i grafikiem, jeśli będzie Cię stać, to także ze specjalistą od mediów społecznościowych, a idealnie chcesz też zaangażować do działania montażystę i project managera, który opracuje strategię kampanii i zadba o to, żeby wszystko się spinało. Kiedy masz już mapę, to możesz przygotować sobie szkielety umów, które potem wypełnisz tylko danymi – możesz wskazać zakres działania,

terminy, formę płatności, sposób rozliczenia i zadbać o przeniesienie autorskich praw majątkowych. Często będziesz bazować na jednym szablonie, dostosowywanym tylko do osoby i jej zadań, ale warto go mieć – a nie po czasie, w panice, szukać eks-kontrahenta, żeby podpisać umowę z datą wsteczną. Podpisywanie umów przed podjęciem współpracy ma jeszcze jedną korzyść – na etapie ustaleń możesz wyjaśnić kwestie wątpliwe (np. dopuszczalne poprawki i ich odpłatność) oraz wykluczyć współpracę z osobami, których wizja na biznes nie zgrywa się z Twoją. Dobra umowa to nie tylko spisany dokument, ale też know-how prawnika, który ten dokument sporządza – taka osoba prawdopodobnie stworzyła już niejedną umowę i wie, jak pomóc Ci w trudnej sytuacji czy przewidzieć sytuacje, które mogą mieć miejsce.

#### ***Filar 4: sprzedaż***

Następy filar legalnego produktu online to wreszcie sprzedaż! Tak jak już Ci mówiłam, przedsiębiorcy najczęściej zgłaszają się do mnie po regulamin i politykę prywatności – o pozostałych filarach nawet nie wspominają. Dopiero potem okazuje się, że pojawia się jakiś niezadowolony klient, trudny kontrahent i sytuacja awaryjna przypomina przedsiębiorcy o innych aspektach prawnych. Proces sprzedaży to też checkboxy, formularze, obowiązki informacyjne przy formularzach, wygląd Twojego sklepu internetowego, stopka, mailing, który wysyłasz do swojego klienta, polityki odstąpienia od umowy oraz reklamacji.

Bez obaw – nie jest tak, że to arcytrudne rzeczy, których nie da się zrobić! Potrzebna jest jednak dobra checklista, która zawiera nie tylko obszary do opracowania, ale też ma miejsce na np. wpisanie poprawnego brzmienia klauzuli, opisanie właściwej stopki strony www.

Wracam do tej stopki www, bo wydaje się, że to taka bzdura, mało istotna kwestia – a jednak często na stronach brakuje choćby

adresu przedsiębiorcy. Możesz nie chcieć się nim dzielić publicznie, zwłaszcza, jeśli prowadzisz działalność w swoim domu czy mieszkaniu, ale i na to są rozwiązania – m.in. biura (realne lub wirtualne), które możesz wynająć. Nie bądź przedsiębiorcą-widmo, bo to nie odbija się pozytywnie na Twojej wiarygodności!

## ***Filar 5: RODO i ochrona danych***

Piąty filar to RODO i bezpieczeństwo danych. Zaczę od tego, że RODO i polityka prywatności nie są tożsame – w ramach RODO mieści się też bezpieczeństwo danych w Twojej firmie. Przedsiębiorcom na początku działalności, którzy nie mają jeszcze czasu na zajęcie się skomplikowanymi dokumentami i teoriami, polecam podstawę – np. umowę powierzenia, którą podpisuje się z innymi kontrahentami (choćby Wirtualną Asystentką czy inną osobą, która będzie miała dostęp do skrzynki mailowej czy konta na Facebooku). Dobrze mieć wzór takiej umowy, która reprezentuje Twoje interesy i zakłada profesjonalizm drugiego podmiotu i podejmowanie odpowiednich środków bezpieczeństwa, chroniących dane osobowe.

Na tym etapie musisz też wdrożyć pewne zasady bezpieczeństwa – nie wiem, czy wiesz, ale do incydentów związanych z danymi osobowymi najczęściej dochodzi w piątki wieczorem, w święta i inne dni wolne, kiedy myśłami już jesteśmy poza pracą i na przykład nagle wysyłamy niezaszyfrowanego maila do niewłaściwego adresata! Albo wtedy, kiedy wyrzucamy biurowe dokumenty bez ich wcześniejszego zniszczenia i zanonimizowania! Taka sytuacja w czasie prowadzenia działalności generuje ogromny stres, więc warto nawet przed rozpoczęciem pracy nad produktem online ustalić Twój kodeks postępowania z danymi – podstawowe procedury, które mogą dać Ci poczucie bezpieczeństwa.

## ***Filar 6: newsletter***

Kolejny, szósty filar to newsletter – dla wielu przedsiębiorców ważne narzędzie w sprzedaży online. W związku z nim również pojawiają się wyzwania prawne. Newsletter bowiem to nie tylko problem jednego checkboxa na stronie – to informacje na stronie sukcesu, potwierdzanie maila, wiadomości po jego potwierdzeniu. Na tym etapie również musisz zachować się w odpowiedni sposób, będąc administratorem danych – na przykład poinformować potencjalnych subskrybentów newslettera, co oznaczają ich zgody, co będziesz im wysyłać, czego mogą się po Tobie spodziewać, kto jest administratorem i jak będą wykorzystywane ich dane. Bezpieczny, legalny newsletter to nie jest taki, który ma tylko checkbox, a później robisz z nim co chcesz – ukrywasz opcję „unsubscribe”, utrudniasz wypisanie się, wysyłasz wiadomości nawet po cofnięciu zgody na komunikację. Prawna otoczka newslettera nie może być spłycona tylko do odpowiedniego checkboxa – oczywiście, on jest bardzo ważny, bo bez niego nie można sprzedawać przez maila, ale to nie jedyny aspekt zgodnego z prawem newslettera.

## ***Filar 7: ochrona przed naruszeniami***

Ostatni, bardzo często pomijany filar, to to, co będziesz robić w przypadku naruszeń. Bardzo często jest tak, że kilka osób „zrzuca się” na produkt cyfrowy – kurs czy e-booka, jest udostępniany na różnych grupach, kody dostępu do kursu online wędrują gdzieś w sieci albo przedsiębiorca sprzedaje jeden kod dostępu, a z kursu korzysta cała firma. Część sprzedawców godzi się na to – nie zwracają uwagi i skupiają na innych kwestiach, wliczając te straty w ryzyko projektu, część natomiast mocno takie zachowania piętnuje. Bycie w każdej z tych grup jest w porządku, przejście z jednej do drugiej również – ale warto być na to przygotowanym i wiedzieć na przykład, w jaki sposób zabezpieczyć swoje

materiały, jak sprawić, żeby było wiadomo, kto tego e-booka rozsyła po świecie. O przynależności do którejś z grup warto zdecydować dość wcześnie – długie przyzwalanie na naruszanie Twoich praw może spowodować, że inni będą czuli się bardziej bezkarni i kiedy zdecydujesz, że miarka się przebrała, może być już za późno na zgromadzenie i zabezpieczenie dowodów, może okazać się, że ktoś już skopiował Twój produkt i na jego podstawie opracował na przykład program szkoleniowy albo że w Internecie hula już wiele kodów dostępu, skradzionych plików i ciężko to jakkolwiek opanować.

Przed pochopnym działaniem warto też zabezpieczyć się przygotowanym wcześniej pismem – żeby nie wysyłać w złości jakichś wiadomości, gróźb (szczególnie karalnych!), nie generować problemów dla siebie. Szczególnie jeśli jesteś osobą impulsywną, raptowną, to przygotuj sobie taki dokument – żeby w kumulacji emocji w momencie sprzedaży nie zareagować zbyt gwałtownie. Wezwanie do zaprzestania naruszeń ze wskazaniem konsekwencji może leżeć na półce – realnej czy wirtualnej – i czekać, aż będzie potrzebne.

Siedem filarów, o których mówiłam, składa się na cały – dość skomplikowany – proces wydawania produktów online. Mam jednak dla Ciebie coś, co może te działania ułatwić – **kliknij w przycisk poniżej** i zapoznaj się z ofertą. Wierzę, że znajdziesz tam coś, co Cię zainteresuje, ułatwi Twoją pracę i sprawi, że Twój produkt cyfrowy zostanie wydany legalnie i bezpiecznie, będzie źródłem satysfakcji i sukcesu, a nie smutnym epizodem w Twojej karierze.

**KLIKNIJ**