

OBCHODNÍ PODMÍNKY

pro marketingové služby WebMistr Growth

FiChr E-com s.r.o.

IČO: 21792658 | DIČ: CZ21792658

Varšavská 715/36, 120 00 Praha 2 - Vinohrady

zapsaná u Městského soudu v Praze, sp. zn. C 405528

Účinnost od 12. srpna 2026

Tyto podmínky jsou určeny pro klienty, kteří službu objednávají jako podnikatelé v souvislosti se svou podnikatelskou činností (B2B).

1. Základní ustanovení

1.1 Tyto obchodní podmínky (dále jen „Podmínky“) upravují poskytování marketingových, reklamních, konzultačních a souvisejících služeb pod označením WebMistr Growth společností FiChr E-com s.r.o., IČO 21792658, se sídlem Varšavská 715/36, 120 00 Praha 2 - Vinohrady (dále jen „Poskytovatel“).

1.2 Klientem je fyzická nebo právnická osoba, která službu objednává jako podnikatel v souvislosti se svou podnikatelskou činností (dále jen „Klient“). Tyto Podmínky nejsou určeny pro spotřebitelské smlouvy. Pokud by měl službu objednat spotřebitel, musí být podmínky smluvního vztahu sjednány samostatně.

1.3 Smluvní vztah vzniká potvrzením individuální nabídky, objednávky, elektronické objednávky, podpisem smlouvy nebo jiným prokazatelným přijetím nabídky Poskytovatele. Součástí smlouvy jsou tyto Podmínky, pokud na ně nabídka nebo objednávka odkazuje a Klient měl možnost se s nimi seznámit.

1.4 Individuálně sjednaná nabídka, objednávka, garanční protokol nebo jiné písemné ujednání má v případě rozporu přednost před těmito Podmínkami.

1.5 Služba je službou odborné péče a průběžné optimalizace. Není-li výslovně sjednána konkrétní garance podle článku 8, Poskytovatel negarantuje určitý počet poptávek, zakázek, tržeb, zisku, návratnost investice ani jiný obchodní výsledek.

2. Programy a rozsah služeb

2.1 Growth Sprint

Growth Sprint je standardně poskytován po dobu 30 kalendářních dnů. Konkrétní rozsah je uveden v nabídce. Může zahrnovat zejména:

- vstupní analýzu nabídky, cílové skupiny a obchodního cíle;
- audit nebo základní nastavení reklamního účtu Meta;
- nastavení a správu kampaní Meta Ads;
- návrhy reklamních textů, reklamních úhlů a testovacích kreativ;
- doporučení k měření konverzí a technickému trackingu v rozsahu umožněném klientovou technickou infrastrukturou;
- optimalizaci prodejních textů a přiměřené drobné úpravy existujícího webu nebo landing page, pokud jsou výslovně součástí nabídky;
- jednorázový startovací obsahový balíček až šesti příspěvků pro Facebook/Instagram, je-li sjednán;
- průběžnou optimalizaci kampaní a základní reporting.

Nový web, rozsáhlý redesign, programování nestandardních funkcí, profesionální foto/video produkce, nákup licencí, influencer marketing a jiné externí náklady nejsou součástí služby, pokud nejsou výslovně uvedeny v nabídce.

2.2 Growth 90

Growth 90 je program na 90 kalendářních dnů zaměřený na vybudování, testování a optimalizaci systému získávání poptávek. Vedle činností obdobných Growth Sprint může zahrnovat další průběžné testování nabídek a kreativ, retargeting, optimalizaci landing page, vyhodnocování kvality poptávek, konzultace a škálování úspěšných kampaní.

Pokud je u Growth 90 sjednána garance počtu poptávek, řídí se výlučně článkem 8 a individuálním garančním protokolem.

2.3 Pokračování po prvním období

Po skončení Growth Sprint může Klient pokračovat v dalším 30denním období za aktuální cenu sjednanou v nové objednávce, nebo uzavřít samostatnou objednávku Growth 90. Předchozí platba se do ceny Growth 90 nezapočítává, není-li písemně sjednáno jinak. Služba se automaticky neprodlužuje, pokud nabídka nebo objednávka výslovně nestanoví opak.

3. Cena, reklamní rozpočet a platby

3.1 Cena služby je vždy určena individuální nabídkou nebo objednávkou. Aktuálně komunikované ceny mohou být zejména 19 900 Kč za Growth Sprint a 44 900 Kč za Growth 90, avšak rozhodující je cena potvrzená v konkrétní objednávce.

3.2 U každé nabídky musí být výslovně uvedeno, zda je cena uvedena včetně nebo bez DPH. Není-li to z nabídky zřejmé, Klient je povinen si daňový režim před potvrzením objednávky vyjasnit.

3.3 Reklamní rozpočet není součástí odměny Poskytovatele. Klient jej hradí samostatně přímo reklamní platformě nebo jiným sjednaným způsobem. Není-li v nabídce stanoveno jinak, pro programy WebMistr Growth se předpokládá disponibilní reklamní rozpočet alespoň 40 000 Kč za každý celý měsíc aktivní správy.

3.4 Poskytovatel není povinen předfinancovat reklamní rozpočet. Nedostatek prostředků, odmítnutí platební karty, limit účtu, blokáce banky nebo jiné omezení financování reklamní platformy jde k tíži Klienta.

3.5 Není-li sjednáno jinak, odměna Poskytovatele je splatná před zahájením příslušného období služby. Poskytovatel může zahájení nebo pokračování služby podmínit úplnou úhradou splatných částek.

3.6 Již poskytnutá práce, provedené nastavení, vytvořené materiály a uplynulá část sjednaného období se při předčasném ukončení z důvodů na straně Klienta nevracejí, nestanoví-li kogentní právní předpis jinak.

4. Reklamní účty a platformy třetích stran

4.1 Meta Platforms a další reklamní, analytické, hostingové nebo komunikační platformy jsou třetí strany, jejichž technické prostředí, algoritmy, aukční mechanismy, schvalování reklam, dostupnost a obchodní podmínky Poskytovatel neovládá.

4.2 Poskytovatel neodpovídá za zamítnutí reklamy, omezení reklamního účtu, výpadek platformy, změnu algoritmu, změnu cen reklamního prostoru, změnu zásad nebo jiné rozhodnutí třetí strany, které Poskytovatel nezpůsobil porušením své smluvní povinnosti.

4.3 Klient je povinen zajistit, že jeho produkty, služby, web, tvrzení, cenové nabídky a dodané podklady jsou pravdivé, legální a v souladu s pravidly příslušných platform. Poskytovatel může odmítnout nebo pozastavit propagaci obsahu, který považuje za protiprávní, klamavý nebo platformou zakázaný.

4.4 Je-li to technicky možné, reklamní účet, stránka, pixel a další klíčová aktiva mají být vedena na Klienta a Poskytovateli se poskytuje nezbytný partnerský nebo administrátorský přístup.

5. Povinnosti a součinnost Klienta

Klient je povinen zejména:

- dodat pravdivé, aktuální a úplné informace o své nabídce, cenách, kapacitě, cílové skupině a omezeních;
- včas dodat přístupy, podklady, fotografie, loga, texty a další potřebné materiály;
- udělovat potřebná schválení bez zbytečného odkladu; pokud je pro plnění nebo garanci relevantní lhůta, považuje se za standardní lhůta nejvýše 2 pracovní dny, není-li dohodnuto jinak;
- udržovat funkční web, landing page, formuláře, doménu, hosting a kontaktní kanály, které nejsou spravovány Poskytovatelem;
- udržovat dohodnutý reklamní rozpočet a neprovádět bez předchozí dohody zásadní zásahy do kampaní, reklamního účtu, webu, nabídky nebo trackingu;
- zajistit právní titul pro zpracování osobních údajů a zákonnost obsahu, který Klient dodá nebo schválí;
- informovat Poskytovatele bezodkladně o změnách cen, nabídky, obchodních podmínek, dostupnosti nebo jiných skutečnostech, které mohou ovlivnit kampaně.

6. Schvalování a změny

6.1 Poskytovatel je oprávněn v rámci sjednané strategie průběžně měnit rozpočtové rozdělení, cílení, kreativy, texty, placementy a další nastavení, pokud není konkrétní změna podle dohody vyhrazena předchozímu schválení Klientem.

6.2 Pokud Klient výslovně schválí text, kreativitu, nabídku nebo tvrzení, odpovídá za věcnou správnost informací, které se týkají jeho podnikání, produktů, služeb a cen.

6.3 Požadavky významně přesahující sjednaný rozsah mohou být naceněny samostatně. Poskytovatel není povinen bezplatně provést redesign webu, vytvořit nový web nebo vytvořit neomezené množství nových materiálů.

7. Vyhodnocování výsledků

7.1 Výsledky se primárně vyhodnocují podle dat z dohodnutých nástrojů, zejména Meta Ads Manager, webové analytiky, CRM a formulářových systémů. Jednotlivé systémy mohou vykazovat odlišné hodnoty v důsledku atribučních modelů, blokování cookies, technických omezení nebo zpoždění dat.

7.2 Pokud je pro konkrétní smlouvu sjednán výkonový cíl, musí být předem určeno, který systém nebo kombinace systémů je rozhodující pro jeho měření.

7.3 Počet poptávek není totožný s počtem uzavřených zakázek. Poskytovatel neodpovídá za obchodní zpracování poptávek Klientem, rychlost reakce, kvalitu prodejního hovoru, cenotvorbu Klienta ani jeho schopnost poptávku uzavřít.

8. Individuální garance počtu poptávek u Growth 90

8.1 Vznik garance

Garance existuje pouze tehdy, pokud je výslovně písemně sjednána pro konkrétní objednávku Growth 90 a jsou současně určeny alespoň: (a) cílový počet započitatelných poptávek, (b) rozhodující měřicí zdroj, (c) reklamní kanály, (d) minimální reklamní rozpočet a (e) datum zahájení garančního období. Není-li některý z těchto údajů sjednán, výkonová garance nevzniká.

8.2 Započitatelná poptávka

Započitatelnou poptávkou se rozumí jedinečné odeslání dohodnutého kontaktního nebo leadového formuláře, případně jiný předem sjednaný a měřitelný kontakt potenciálního zákazníka, který obsahuje použitelný kontaktní údaj a zjevný projev zájmu o nabídku Klienta.

Za započitatelnou poptávku se nepovažuje zejména interní test, zjevný spam nebo automatizované odeslání, zjevně falešný kontakt, poptávka zaměstnance Klienta či Poskytovatele ani duplicitní poptávka stejné osoby nebo firmy v období 30 dnů, není-li v garančním protokolu sjednáno jinak. Samotná nízká obchodní hodnota nebo skutečnost, že Klient poptávku neuzavře, není důvodem k jejímu vyloučení, pokud jinak splňuje definici započitatelné poptávky.

8.3 Mechanismus garance

Pokud během prvních 90 dnů řádného běhu kampaní není dosaženo sjednaného počtu započitatelných poptávek, Poskytovatel bude po skončení tohoto období pokračovat v základní správě a optimalizaci sjednaných reklamních kampaní bez další odměny za správu, a to až do dosažení sjednaného počtu započitatelných poptávek nebo do zániku garance podle tohoto článku.

V prodlouženém garančním období Klient nadále v plném rozsahu hradí reklamní rozpočet, poplatky reklamních platform, hosting, software, licence, produkci třetích stran a jiné externí náklady. Bezplatné pokračování se vztahuje pouze na standardní správu, optimalizaci a přiměřené úpravy reklamních textů či jednoduchých kreativ potřebných k dosažení cíle. Nezahrnuje nový web, zásadní redesign, rozsáhlou novou obsahovou produkci, profesionální foto/video produkci nebo jiné práce mimo původní rozsah.

8.4 Podmínky trvání garance

Garance trvá pouze po dobu, kdy Klient průběžně plní všechny následující podmínky:

- udržuje minimální reklamní rozpočet sjednaný v garančním protokolu a umožňuje jeho čerpání;
- nemá vůči Poskytovateli splatné dluhy;
- poskytuje potřebnou součinnost a schválení v dohodnutých lhůtách;
- nepozastaví ani zásadně nezmění kampaně, cílení, nabídku, web, formulář nebo tracking bez dohody s Poskytovatelem;
- udržuje funkční web, formulář a technické prostředí;
- nedojde k významné změně propagované služby, cen, lokality, cílového trhu nebo dostupnosti nabídky oproti stavu při sjednání garance;
- reklamní účet není omezen nebo zablokován z důvodu na straně Klienta a propagovaná činnost zůstává v souladu s právem a pravidly platformy.

Doba, po kterou některá z uvedených podmínek není splněna nebo kampaně nemohou z důvodů mimo kontrolu Poskytovatele řádně běžet, se do garančního období nezapočítává a příslušné termíny se o tuto dobu prodlužují.

8.5 Zánik garance

Garance zaniká zejména při podstatném porušení smlouvy Klientem, dlouhodobém neposkytnutí součinnosti, snížení dohodnutého reklamního rozpočtu, odebrání nezbytných přístupů, zásadní jednostranné změně nabídky nebo funnelu, neuhrazení externích nákladů, protiprávnosti propagace, trvalém omezení reklamní platformou z důvodů na straně Klienta nebo jiné podstatné změně podmínek, která činí původní garanci objektivně nesrovnatelnou s výchozím stavem.

8.6 Povaha garance

Garance podle tohoto článku je garancí další správy bez odměny za správu za výše uvedených podmínek. Není garancí vrácení již uhrazené ceny, náhrady reklamního rozpočtu, dosažení obratu, zisku, uzavřených zakázek ani určité návratnosti investice. Bezplatné pokračování správy je výlučným plněním Poskytovatele z této výkonové garance, není-li písemně sjednáno jinak.

9. Historické výsledky, případové studie a marketingová tvrzení

9.1 Historické výsledky, screenshoty reklamních účtů, případové studie, počty poptávek a údaje o reklamním rozpočtu slouží pouze jako příklady dřívějšího výkonu. Nejde o příslib stejného nebo obdobného výsledku pro jiného Klienta.

9.2 Poskytovatel smí zveřejňovat konkrétní historické výsledky pouze tehdy, pokud je může doložit relevantními podklady a prezentace není zavádějící ohledně období, rozsahu kampaní nebo povahy výsledku.

9.3 Klient bere na vědomí, že každý obor, nabídka, lokalita, sezóna, účet, web a obchodní proces má jiné výchozí podmínky.

10. Duševní vlastnictví

10.1 Po úplném uhrazení sjednané ceny získává Klient právo užívat finální reklamní texty, grafické výstupy a další výstupy vytvořené výlučně pro něj v rozsahu potřebném pro jeho podnikání, pokud nabídka nestanoví jinak.

10.2 Poskytovateli zůstávají práva k jeho obecným metodikám, know-how, šablonám, workflow, interním promptům, analytickým postupům, knihovnám a jiným předem existujícím nebo obecně použitelným prvkům.

10.3 Klient odpovídá za to, že má práva k podkladům, logům, fotografiím, videím, databázím a jinému obsahu, který Poskytovateli předá.

11. Ochrana osobních údajů

11.1 Každá strana odpovídá za zpracování osobních údajů, při němž sama určuje účely a prostředky zpracování.

11.2 Pokud Poskytovatel zpracovává osobní údaje zájemců nebo zákazníků výlučně jménem Klienta a podle jeho pokynů, považují strany v tomto rozsahu Klienta za správce a Poskytovatele za zpracovatele. Následující ustanovení mají v rozsahu použitelnosti tvořit ujednání o zpracování osobních údajů podle čl. 28 GDPR.

11.3 Předmětem zpracování jsou osobní údaje získané nebo používané při správě reklamních kampaní, formulářů, měření a předávání poptávek. Doba zpracování trvá po dobu smlouvy a po nezbytnou dobu k ukončení a doložení plnění.

11.4 Typicky mohou být zpracovávány identifikační a kontaktní údaje, obsah poptávky, technické identifikátory a údaje o interakci s kampaní. Subjekty údajů jsou zejména potenciální zákazníci, zákazníci a kontaktní osoby Klienta.

11.5 Poskytovatel zpracovává údaje pouze na doložené pokyny Klienta, zavazuje osoby s přístupem k údajům mlčenlivostí, přijímá přiměřená technická a organizační opatření, poskytuje přiměřenou součinnost při plnění povinností podle GDPR a po skončení služby údaje podle pokynu Klienta vrátí nebo vymaže, pokud právní předpis nevyžaduje jejich další uchování.

11.6 Klient uděluje obecné oprávnění k zapojení dalších zpracovatelů nezbytných pro provoz služby, zejména poskytovatelů reklamních, hostingových, cloudových, analytických a komunikačních technologií. Poskytovatel zajistí, aby v případech, kdy je další subjekt v postavení zpracovatele podle GDPR, byl smluvně zavázán odpovídajícími povinnostmi. Klient může vznést odůvodněnou námitku proti novému dalšímu zpracovateli, pokud prokáže konkrétní riziko.

11.7 Klient odpovídá za zákonnost pokynů a za právní titul ke sběru a využití osobních údajů prostřednictvím svých webů, formulářů a kampaní. Role společnosti Meta nebo jiných platforem se může řídit jejich vlastními podmínkami a právní úpravou a nemusí vždy odpovídat vztahu správce-zpracovatel mezi Klientem a Poskytovatelem.

12. Mlčenlivost

Strany zachovávají mlčenlivost o neveřejných obchodních, technických, cenových a zákaznických informacích druhé strany. Povinnost se nevztahuje na informace veřejně známé, nezávisle získané, nutně sdílené oprávněným subdodavatelům nebo poskytované na základě právní povinnosti.

13. Odpovědnost

13.1 Poskytovatel odpovídá za řádné poskytování sjednaných služeb, nikoli za podnikatelský výsledek Klienta, pokud není výslovně sjednána omezená garance podle článku 8.

13.2 V rozsahu dovoleném právními předpisy Poskytovatel neodpovídá za ušlý zisk, ztrátu obchodní příležitosti, nepřímé nebo následné škody způsobené obchodním rozhodnutím Klienta, jednáním třetích stran nebo výpadkem platformy, pokud nejde o újmu, jejíž náhradu nelze předem platně omezit.

13.3 V rozsahu dovoleném právními předpisy je souhrnná povinnost Poskytovatele k náhradě škody vzniklé z jedné smlouvy omezena částkou odpovídající odměně za službu skutečně uhrazené Poskytovateli za období, v němž vznikla příčina škody, nejvýše však odměnou za tři měsíce služby.

13.4 Omezení odpovědnosti se nepoužije tam, kde jej právní předpis nepřipouští, zejména na újmu způsobenou úmyslně nebo z hrubé nedbalosti a na další případy, v nichž nelze práva na náhradu újmy předem platně omezit.

14. Doba trvání a ukončení

14.1 Growth Sprint je sjednán na 30 dnů a Growth 90 na 90 dnů, pokud objednávka nestanoví jiné období.

14.2 U programu sjednaného na pevnou dobu nemá Klient právo jej jednostranně ukončit bez důvodu s nárokem na vrácení ceny, není-li písemně sjednáno jinak.

14.3 Poskytovatel může službu pozastavit nebo smlouvu ukončit při podstatném porušení povinností Klientem, nezaplacení, protiprávním zadání, neposkytnutí nezbytné součinnosti nebo při hrozbě poškození reklamních účtů či reputace.

14.4 Ukončením smlouvy nejsou dotčena ustanovení, která mají podle své povahy trvat i nadále, zejména o mlčenlivosti, duševním vlastnictví, odpovědnosti, úhradě splatných částek a ochraně osobních údajů.

15. Vyšší moc a mimořádné okolnosti

Strana neodpovídá za prodlení způsobené mimořádnou nepředvídatelnou a nepřekonatelnou překážkou vzniklou nezávisle na její vůli, pokud její dopady nemohla rozumně odvrátit. Za relevantní okolnosti mohou být považovány zejména rozsáhlé výpadky klíčových platforem, zásadní změny právní regulace, kybernetické incidenty třetích stran nebo jiné obdobné události. Tím nejsou dotčena pravidla odpovědnosti stanovená kogentními právními předpisy.

16. Závěrečná ustanovení

16.1 Právní vztahy se řídí právem České republiky.

16.2 Strany se zavazují pokusit se případný spor nejprve vyřešit jednáním. Pokud se spor nepodaří vyřešit smírně, bude rozhodován věcně a místně příslušným soudem podle českých právních předpisů; pokud je mezi podnikateli platně sjednána dohoda o místní příslušnosti, použije se tato dohoda.

16.3 Je-li některé ustanovení neplatné nebo neúčinné, nemá to vliv na ostatní ustanovení. Strany jej nahradí ujednáním, které se hospodářským účelem co nejvíce blíží původnímu.

16.4 Poskytovatel může Podmínky do budoucna změnit. Pro jednorázové nebo již uzavřené pevně časově vymezené programy se použije verze přijatá při uzavření smlouvy, pokud strany výslovně nesjednají změnu.

16.5 Klient potvrzením objednávky potvrzuje, že se s těmito Podmínkami seznámil, rozumí zejména oddělení odměny Poskytovatele od reklamního rozpočtu a bere na vědomí podmíněný charakter případné výkonové garance.

Příloha A - Garanční protokol Growth 90

Tato příloha se vyplní pouze tehdy, pokud má být pro konkrétní objednávku sjednána výkonová garance.

Klient	
Cílový počet započitatelných poptávek	
Garanční období	90 dnů od: _____
Minimální reklamní rozpočet	_____ Kč / měsíc
Rozhodující reklamní kanál(y)	
Rozhodující měřicí zdroj	
Specifická pravidla započítávání	
Další individuální podmínky	

Podpisem nebo elektronickým potvrzením této přílohy strany výslovně sjednávají, že při nedosažení cílového počtu započitatelných poptávek během prvních 90 dnů pokračuje Poskytovatel ve standardní správě kampaní bez další odměny za správu za podmínek článku 8 Podmínek. Reklamní rozpočet a ostatní externí náklady hradí i v prodlouženém období Klient.

Za Poskytovatele: _____ Datum: _____

Za Klienta: _____ Datum: _____