

REKLAMACJE



Szkolenie otwarte

Prawne aspekty reklamacji

INTERPRETACJE PRAWNE

I PRAKTYCZNE WSKAZÓWKI

(ujęcie kompleksowe (B2B,B2C) i NOWELIZACJE)

I. Założenia szkolenia

Założenia szkolenia:

- 1) Przepisy regulujące procedurę reklamacyjną w ujęciu B2B i B2C – przedstawienie hierarchii przepisów. **UWAGA!!!** Umowa sprzedaży, dostawy, o dzieło, o roboty budowlane, zlecenia – a procedura reklamacyjna.
- 2) Rękojmią, gwarancja, ogólne zasady odpowiedzialności – określenie różnic pomiędzy poszczególnymi instytucjami.
- 3) Omówienie ostatnich zmian procedury reklamacyjnej.
- 4) Przedsiębiorca-Przedsiębiorca, Przedsiębiorca-Konsument - wskazanie różnic w procedurach reklamacyjnych.
- 5) Jakich błędów nie popełniać rozpatrując reklamację – analiza przykładów; etapy reklamacji, na które warto zwrócić szczególną uwagę.
- 6) Dokumentacja reklamacyjna – analiza najważniejszych zapisów.
- 7) **NOWOŚĆ!!!** Proces reklamacyjny „Krok po Kroku” - prezentacja procedury reklamacyjnej, w świetle najnowszych zmian.
- 8) Procedury reklamacyjne a wizerunek firmy – identyfikacja zagrożeń, postawa uczestników procesu reklamacyjnego; jak zadbać o satysfakcję klienta.
- 9) Sprzedaż przez Internet, telefon, przedstawiciela handlowego, serwisanta - określenie istotnych obowiązków Przedsiębiorcy.
- 10) Uszkodzenie towaru w czasie przewozu a reklamacja ze sprzedaży - określenie różnic pomiędzy reklamacją z sprzedaży i reklamacją z przewozu.
- 11) Omówienie pozasądowych form rozstrzygania sporów.
- 12) **NOWOŚĆ!!!** Nowe terminy przedawnienia roszczeń.

UWAGA - REWOLUCYJNA NOWELIZACJA!!!

W czasie szkolenia zostaną omówione przepisy, które wejdą w życie 1.06.2020r., na mocy których **część Przedsiębiorców uzyska uprawnienia zarezerwowany aktualnie tylko dla Konsumentów**, w zakresie:

- **Rękojmi,**
- **Klauzul niedozwolonych,**
- **Prawa Zwrotu pełnowartościowego towaru, w terminu 14 dni,**
- **Roszczeń regresowych do poprzednich sprzedawców.**

W czasie szkolenia zostaną:

- **przybliżone nowe regulacje prawne; nowe uprawnienia części uprzywilejowanych Przedsiębiorców,**
- **omówione potencjalne problemy związane z stosowaniem nowych przepisów,**
- **zapropozowane prawidłowe schematy postępowania w stosunku do nowej grupy uprzywilejowanych Przedsiębiorców,**
- **określone procedury i dokumenty, które należy zmienić w każdej firmie w celu dostosowania się do nowych rozwiązań prawnych,**
- **opisane skutki oddziaływania nowych przepisów, m.in. na sklepy internetowe, sieci handlowe, sieci serwisowe, przedsiębiorstwa produkcyjne i dystrybucyjne, punkty usługowe, itd.**

- scharakteryzowane sankcje / kary za niestosowanie się do nowych rozwiązań prawnych.

UWAGA!!! Przepisy wymuszają zmianę procedur reklamacyjnych we wszystkich firmach sprzedających towary lub świadczących usługi!!! Zachęcamy do jak najszybszego zapoznania się z nowymi przepisami i związanymi z nimi obowiązkami, w celu zaplanowania niezbędnych zmian w firmach.

Nie robiąc nic - od 1.06.2020r. Państwa firma będzie narażona m.in. na dotkliwe sankcje finansowe.

Program szkolenia

I. Wprowadzenie:

- 1) Procedura reklamacyjna – najważniejsze przepisy (sposoby wyszukiwania przepisów, nowoczesne narzędzia prawne, hierarchia aktów prawnych dotyczących procesu reklamacyjnego); relacja pomiędzy przepisami a regulacjami wewnętrznymi w przedsiębiorstwie – przed jakimi błędami należy się wystrzeżać.
- 2) Z jakiego tytułu można składać reklamacje u Sprzedawcy - **rękojmia, gwarancja, odpowiedzialność na zasadach ogólnych**; podstawowe różnice pomiędzy poszczególnymi trybami, jak ograniczyć Kupującemu ilość dostępnych możliwości.
- 3) Wpływ prawa europejskiego i konwencji międzynarodowej na proces reklamacyjny. Jak przygotować się na rozpatrywanie reklamacji międzynarodowych.
- 4) W jaki sposób Sprzedawca może zabezpieczyć się przed reklamacjami w wewnętrznych procedurach, regulaminach, ogólnych warunkach sprzedaży, zamówieniach, instrukcjach, specyfikacjach, kartach produktu, itp.
- 5) Jak czytać akty prawne, wyszukiwać informacje niezbędne do prawidłowego procedowania reklamacji.
- 6) Orzeczenia sądów i ich wpływ na proces reklamacyjny – jak je wyszukiwać, czytać.
- 7) Odpowiedź na pismo reklamacyjne – jak przygotować pismo, niezbędne dane, jakich błędów unikać, załączniki; praktyczne uwagi; wyszukiwanie wzorów pism.

NOWOŚĆ!!! – nowy termin na ustosunkowanie się do reklamacji Konsumenta (30 dni); prawidłowa forma ustosunkowania się do reklamacji Konsumenta.

- 8) Sprzedaż, sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa, sprzedaż na odległość – czym się różnią, obowiązki informacyjne sprzedawcy i sankcje za ich niedopełnienie.
UWAGA!!! Analiza przypadków kiedy konsument nie może oddać towaru zakupionego w Internecie.
- 9) Sprzedaż a przewóz – zasady odpowiedzialności przewoźników i spedytorów (m.in. wysokość odszkodowania, postępowanie dowodowe, domniemania, jak zabezpieczać interesy nadawcy, praktyczne uwagi z postępowania reklamacyjnego).
- 10) Organizacja biura (jednostki, zespołu) rozpatrującego reklamacje – na co należy zwrócić szczególną uwagę.
- 11) Omówienie procedury pozasądowego rozwiązywania sporów (obowiązującej od 10.01.2017r.).

II. Zabezpieczenie Sprzedawcy przed reklamacjami na etapie zawierania umowy sprzedaży:

- 1) Strony umowy sprzedaży, prawa i obowiązki stron umowy (Przedsiębiorca – Konsument, Przedsiębiorca – Przedsiębiorca).
UWAGA!!! Analiza wybranych zagadnień:
 - a) Konsument – definicja.

- b) Wydanie rzeczy Konsumentowi - termin 30 dni, co warto określać w umowie.
 - c) Miejsce spełnienia świadczenia a odpowiedzialność sprzedawcy; przesłanie rzeczy Konsumentowi.
 - d) Kiedy Sprzedawca nie może spełnić świadczenia – obowiązki Sprzedawcy; konsekwencje.
 - e) Instrukcja obsługi - o czym Przedsiębiorca powinien pamiętać.
- 2) Zabezpieczenie sprzedawcy w umowie – analiza sprawdzonych sposobów.
- 3) Wyłączenie odpowiedzialności sprzedawcy; wiedza Kupującego o wadzie w momencie zakupu rzeczy.
- 4) **Oferta – jak zabezpieczyć się przed reklamacjami na etapie składania oferty?**
- a) Istota oferty, nośniki oferty (m.in. forma ustna, pisemna, elektroniczna).
 - b) Jakich błędów nie popełniać składając ofertę.
 - c) Kontroferta – jak ją rozumieć, na co zwrócić szczególną uwagę.
 - d) Nieznaczną modyfikacją oferty.
 - e) Cena jako istotny element oferty, cena w walucie obcej.
 - f) Termin związania ofertą; jak skutecznie odwołać ofertę.
 - g) Ekspozycje, reklamy, cenniki, broszury, ogłoszenia, zastrzeżenia umowne – za co odpowiada sprzedawca.
 - h) List intencyjny, „oferta, która nie jest ofertą”.
 - i) Pisemne potwierdzenie zawarcia umowy – korzyści i zagrożenia.

III. Odpowiedzialność sprzedawcy:

- 1) Wada fizyczna i wada prawna – prawidłowa kwalifikacja wady, praktyczne znaczenie rozróżnienia.
- 2) Należyta jakość rzeczy, średnia jakość rzeczy - jak je określać; za jaką jakość odpowiada sprzedawca; znaczenie norm jakościowych; jak daleko można ograniczyć odpowiedzialność sprzedawcy?
- 3) Względy funkcjonalne i użytkowe, doznania estetyczne – kryteria oceny wady, praktyczne uwagi.
- 4) Właściwości rzeczy, o których zapewniał sprzedawca – za jakie zapewnienia odpowiada sprzedawca, w jakim zakresie odpowiedzialność sprzedawcy jest ograniczona lub wyłączona?
- 5) Reklama – granice odpowiedzialności sprzedawcy.
- 6) Stan niezupełny a braki ilościowe – różnice, popularne błędy przy reklamacji.
- 7) Odbiór rzeczy - prawa i obowiązki stron umowy; kto traci uprawnienia z tytułu rękojmi lub gwarancji, na co warto zwrócić uwagę?
- 8) Kiedy sprzedawca wie o wadzie i zapewnia kupującego, że wady nie istnieją – konsekwencje takiego zachowania.

IV. Proces reklamacyjny:

- 1) Prezentacja prawidłowego procesu reklamacyjnego „krok po kroku”, jak przygotować się do reklamacji.
- 2) Wzór zgłoszenie reklamacyjnego, niezbędne elementy formularza, jakich błędów unikać konstruując formularz.
- 3) Uprawdopodobnienie zakup towaru u Sprzedawcy, np.: paragon, faktura, ksero, dowód z banku, wydruk z programu lojalnościowego, zeznanie świadka.
- 4) Odpowiedź na reklamację - jak przygotować pismo, niezbędne dane, terminologia, przywołanie podstaw prawnych, załączniki.
- 5) Jak skutecznie odrzucić reklamację - prezentacja wybranych sposobów.
- 6) Reklamacja a płatność za towar – czy można uzależnić jedno od drugiego?

- 7) **UWAGA !!! „Łańcuch roszczeń”:** Producent / Importer – Pośrednik (np. Dystrybutor / Hurtownia) – Sprzedawca – Kupujący (Konsument / Przedsiębiorca) – **kto do kogo ma prawo złożyć reklamację, kto przed kim odpowiada i w jakim zakresie.**
- 8) Reklamacje towarów zakupionych przez: Internet, telefon, od przedstawiciela handlowego - sposoby na ograniczanie odpowiedzialności sprzedawcy.
- 9) Reklamacje towarów: przecenionych, zakupionych w promocji, używanych, zakupionych w kredycie, zakupionych w leasingu.
- 10) Przesłanie rzeczy do reklamacji – za pobraniem, na koszt Sprzedawcy.

V. Rękojmia (w relacji: PRZEDSIĘBIORCA – PRZEDSIĘBIORCA; PRZEDSIĘBIORCA – KONSUMENT):

- 1) Podstawowe funkcje rękojmi.
- 2) W jaki sposób można modyfikować odpowiedzialności z tytułu rękojmi, kogo nie mogą dotyczyć modyfikacje?
- 3) Wyłączenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi. Czy zdanie: „Sprzedawca nie odpowiada z tytułu rękojmi za” jest skuteczne?
- 4) Ciężar dowodu w postępowaniu reklamacyjnym; Domniemanie istnienia wady w procesie reklamacyjnym – kogo dotyczy, obowiązki sprzedawcy.
- 5) Podstawowe uprawnienia Kupującego:
 - usunięcie wady (m.in. termin, ilość dopuszczalnych napraw, nieskuteczność naprawy, nieprzyjęcie naprawy),
 - wymiana (m.in. na towar identyczny, inny),
 - obniżenie ceny (m.in. jak szacować wysokość obniżenia ceny),
 - odstąpienie od umowy (m.in. istotność wady, obowiązki stron umowy, odpowiedzialność za bezumowne korzystanie z rzeczy, zwłoka z odbiorem rzeczy przez Sprzedawcę) - czy istnieje kolejność realizacji uprawnień, jak skutecznie blokować wybór Kupującego.
- 6) Żądanie naprawienia szkody przez Kupującego.
- 7) W jakich sytuacjach sprzedawca ma prawo odmówić usunięcia wady lub wymiany (Przedsiębiorca-Przedsiębiorca)?
- 8) Czy sprzedawca może odmówić demontażu i ponownego zamontowania rzeczy wadliwej? Jakie możliwości ma wówczas Konsument?
- 9) Terminy w procesie reklamacyjnym (5 lat, 2 lata, 1 rok, 12 miesięcy, 14 dni, niezwłocznie), bieg terminu.
- 10) Termin przydatności – a odpowiedzialność Sprzedawcy.
- 11) Ustosunkowanie się do żądań reklamującego – termin, konsekwencje braku ustosunkowania się przez sprzedawcę w terminie.
- 12) Koszty procesu reklamacyjnego – kto je pokrywa i w jakiej wysokości?
- 13) Konsekwencje nieinformowanie kupującego o przebiegu reklamacji.
- 14) Reklamacja Kupującego – na co zwracać szczególną uwagę; w której części pisma szukać podstaw do odrzucenia reklamacji.
- 15) Jak długo może trwać proces reklamacyjny?
- 16) Odrzucenie reklamacji.
- 17) Odwołanie od odrzuconej reklamacji.

VI. Gwarancja przy sprzedaży (w relacji: PRZEDSIĘBIORCA – PRZEDSIĘBIORCA; PRZEDSIĘBIORCA – KONSUMENT):

- 1) Czy gwarancja chroni sprzedawcę? Czy warto ją stosować?

- 2) Karta gwarancyjna – co należy w niej zamieścić, jakich błędów unikać.
- 3) Reklamacja z tytułu gwarancji – procedura, adresat reklamacji.
- 4) Jakie prawa i obowiązki mają strony realizujące procedurę reklamacyjną?
- 5) Terminy w gwarancji (2 lata, 14 dni), zawieszenie uprawnień z tytułu rękojmi.
- 6) Wykonanie obowiązków w terminie określonym w karcie gwarancyjnej, sposób liczenia terminu.
- 7) Jak skutecznie odrzucać reklamację z tytułu gwarancji?
- 8) Skuteczność zdania „Sprzedawca nie odpowiada z tytułu gwarancji za”.
- 9) Klauzule niedozwolone w kartach gwarancyjnych, formularzach reklamacyjnych.

VII. Regres między sprzedawcami - roszczenia sprzedawcy w związku z wadliwością rzeczy sprzedanej:

- 1) Uznanie reklamacji konsumentowi a regres między sprzedawcami; podstawy odpowiedzialności między sprzedawcami.
- 2) Wysokość odszkodowania (m.in. utracone korzyści).
- 3) Przedawnienie roszczeń (6 miesięcy).
- 4) Brak możliwości wyłączenia i ograniczenia odpowiedzialności między sprzedawcami.

VIII. Niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy – odpowiedzialność Sprzedawcy:

- 1) Podstawy odpowiedzialności.
- 2) Czy zdanie: „Sprzedawca nie odpowiada za ...” jest skuteczne?
- 3) Procedura dochodzenia roszczeń.
- 4) Terminy.
- 5) Odszkodowanie

IX. Reklamacje w międzynarodowej sprzedaży towarów:

- 1) Konwencja Wiedeńska.
- 2) Zabezpieczenie się przed reklamacjami na etapie zawierania umowy.
- 3) Dostawa towarów.
- 4) Zasady odpowiedzialności, środki ochrony prawnej, uprawnienia stron umowy.
- 5) Klauzula wyboru prawa.

X. Sprzedaż przez ... INTERNET, telefon, przedstawiciela handlowego (sprzedaż poza lokalem przedsiębiorstwa, sprzedaż na odległość):

- 1) Co to jest sprzedaż na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa?
- 2) Najważniejsze prawa i obowiązki stron umowy, ciężar dowodowy spełnienia obowiązków informacyjnych.
- 3) W jakich sytuacjach nie stosuje się przepisów ustawy o Prawach konsumenta z 30 maja 2014 r. – a w konsekwencji i obowiązków wynikających z tej ustawy?
- 4) Czy Konsument może się zrzec praw przyznanych w ustawie o Prawach konsumenta, postanowienia umowy mniej korzystne dla Konsumenta a nowe przepisy.
- 5) Zawarcie umowy a koszty połączenia telefonicznego.
- 6) Jak zabezpieczyć sprzedawcę przed odpowiedzialnością na etapie zawierania umowy z Konsumentem?
- 7) „21 praw” - nowe obowiązki informacyjne Sprzedawcy, sankcje za ich niedopełnienie, ciężar dowodu ich spełnienia.
- 8) W jakich sytuacjach Konsumentowi należy wydać dokument umowy, a w jakich potwierdzić jej zawarcie?

- 9) Umowa zawarta przez telefon – obowiązki sprzedawcy.
- 10) Usługa naprawy lub konserwacji do 600 zł – obowiązki sprzedawcy.
- 11) Przycisk na stronie internetowej „Zamówienie z obowiązkiem zapłaty” – jakie obowiązki należy spełnić aby umowa była ważna?
- 12) W jaki sposób sprzedawca może ograniczyć sposób dostarczania rzeczy oraz sposób płatności za rzecz.
- 13) Umowy zawarte przez telefon – obowiązki sprzedawcy, skuteczność umowy.
- 14) „Zwrot rzeczy” (Odstąpienie od umowy):
 - procedura odstąpienia od umowy, prawa i obowiązki stron umowy,
 - czy kupujący (przedsiębiorca) może skorzystać z procedury „zwrotu rzeczy”,
 - terminy w procedurze odstąpienia od umowy (12 miesięcy, 14 dni),
 - odstąpienie od umowy drogą elektroniczną,
 - co w sytuacji kiedy sprzedawca nie poinformuje Konsumenta o prawie odstąpienia od umowy,
 - koszty zwrotu rzeczy, jakich kosztów Konsument nie ponosi, opłata za korzystanie z rzeczy,
 - co w miejsce „stanu niezmienionego”, jak daleko może posunąć się Konsument sprawdzając cechy, charakter i funkcjonowanie rzeczy, odpowiedzialność Konsumenta,
 - kiedy prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje („13 wyjątków”), jak można chronić interesy sprzedawcy,
 - „wzór pouczenia o odstąpieniu” i „wzór formularza odstąpienia” – jak skutecznie zabezpieczyć interesy sprzedawcy.
- 15) Uszkodzenie przesyłki w transporcie – odpowiedzialność sprzedawcy.

- XI. Zwrot towaru zakupionego w lokalu przedsiębiorstwa** – obowiązkowy czy fakultatywny; uprawnienia kupującego.
- XII. Utylizacja, magazynowanie rzeczy** pozostawionych u sprzedawcy po reklamacji - koszty, procedury, zasady odpowiedzialności.
- XIII. Koszty związane z reklamacją** (m.in. demontażu, dostarczenia, robocizny, materiałów, ponownego zamontowania i uruchomienia, uszkodzenia innych rzeczy, przestoju linii produkcyjnej, ekspertyz, kar umownych, wynajmu rzeczy zastępczych).
- XIV. Wykonanie zastępcze** – charakterystyka instytucji, zagrożenia dla sprzedawcy, jak zabezpieczyć się przed wykonaniem zastępczym?
- XV. Klauzule niedozwolone** (np. w umowach, regulaminach, gwarancjach, formularzach, instrukcjach, specyfikacjach, fakturach) – jak je rozpoznawać, jak je modyfikować, jak się zabezpieczać, możliwe sankcje dla Sprzedawcy za ich stosowanie.
- XVI. UOKiK, Rzecznicy konsumentów** - co warto o nich wiedzieć, jak się przygotować na interwencję takich instytucji, jak postępować?
- XVII. Materiałoznawstwo** i jego wpływ na rozpatrywanie reklamacji.
- XVIII. Kodeks dobrych praktyk w sprzedaży** – obowiązki Sprzedawcy.
- XIX. Mediacja, arbitraż, sądy powszechne** - rozstrzyganie sporów związanych z reklamacjami, pozasądowe sposoby rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasady dostępu do tych procedur.
- XX. Opinia rzeczoznawcy w procesie reklamacyjnym** – na co zwrócić uwagę zamawiając opinię, rola biegłego w postępowaniu sądowym.
- XXI. Dzieło będące rzeczą ruchomą** – zasady odpowiedzialności.
- XXII. Przewóz i spedycja rzeczy sprzedanych** – reklamacje, zasady odpowiedzialności.
- XXIII. Pozasądowe rozwiązywanie sporów konsumenckich (od 10.01.2017r.).**

II. Trener prowadzący szkolenie

Łukasz Świderek – prawnik; przewód doktorski w Zakładzie Prawa Gospodarczego i Handlowego Wydziału Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego; wykładowca na uczelniach wyższych; akredytowany wykładowca na Kursie dla kandydatów na członków rad nadzorczych spółek z udziałem Skarbu Państwa (Kurs Ministerstwa Skarbu Państwa); od wielu lat prowadzi wysoko oceniane warsztaty szkoleniowe (zrealizowanych ponad 1050 godzin dydaktycznych); ponad 10-letnia praktyka w obsłudze prawnej klientów korporacyjnych i procesów inwestycyjnych – specjalizacja w zakresie prawa cywilnego, prawa gospodarczego (w tym prawa spółek i kontraktów), prawa upadłościowego i naprawczego; ekspert kilku renomowanych kancelarii prawnych (adwokackich i radcowskich); prelegent na międzynarodowych, ogólnopolskich i regionalnych konferencjach naukowych; autor licznych publikacji naukowych (artykuły, książki) m.in. : Umowy handlowe w pytaniach i odpowiedziach.

V. Miejsce i terminy realizacji szkolenia

TERMIN SZKOLENIA:

- **26 lutego 2020 r. Wrocław**
- **7 maja 2020 r. Katowice**
- **23 października 2020 r. Wrocław**

Szkolenie realizowane będzie we Wrocławiu w salach dydaktycznych Wyższej Szkoły Zarządzania Edukacja, przy ul. Krakowskiej 56-63, 50-425 Wrocław.

W Katowicach szkolenie realizowane będzie w Europrofes Group Sp. z o.o.; ul. Stawowej 10; 40-096 Katowice

Szkolenie obejmuje 7 godzin dydaktycznych (1 godzina dydaktyczna = 45 minut) i realizowane jest w godzinach od 9⁰⁰ do 15¹⁵. W trakcie zajęć przewidziana jest pół godzinna przerwa na lunch.

VI. Wycena inwestycji szkoleniowej

Koszt udziału w szkoleniu wynosi **690,00 PLN + 23% VAT** (słownie: sześćset dziewięćdziesiąt złotych + 23 % VAT) od osoby.

Koszt ten obejmuje:

- udział w 7 godzinnych zajęciach,
- profesjonalne materiały szkoleniowe,
- całodzienny serwis kawowy,
- obiad,
- zaświadczenie o ukończeniu kursu.



Należność za uczestnictwo w szkoleniu prosimy przekazać przelewem przed rozpoczęciem zajęć na podstawie faktury proforma na konto w Banku Zachodnim WBK **93 1090 2428 0000 0001 2239 6371**.

VII. Kontakt w sprawie szkolenia:

W przypadku pytań prosimy o kontakt z nami:

Tadeusz Plewa

APM

tel.: +48 531 972 279

e-mail: szkolenia@apm.wroclaw.pl

www.apm.wroclaw.pl

Podmiotem prawnym składającym niniejszą ofertę jest firma: APM Przemysław Plewa, ul. Boczna 6, 55-003 Nadolice Wielkie. Firma jest wpisana do Ewidencji Działalności Gospodarczej, REGON: 932213013, NIP: 897-158-40-48