

# Internetový marketing a právo

Petra **Štátná**  
Zdeněk **Svoboda**

# *Zákon o regulaci reklamy*

Zákon č. 40/1995 Sb.

## **§ 1**

**(2)** Reklamou se rozumí oznámení, předvedení či jiná prezentace šířená zejména komunikačními médii, mající za cíl podporu podnikatelské činnosti, zejména podporu spotřeby nebo prodeje zboží, výstavby, pronájmu nebo prodeje nemovitostí, prodeje nebo využití práv nebo závazků, podporu poskytování služeb, propagaci ochranné známky,<sup>[1a](#)</sup> pokud není dále stanoveno jinak.

# Reklama na sociálních sítích

- Internetová reklama
- Využívání sociálních sítí pro marketingové účely
- Placené
- Zásah na velké množství uživatelů
- Nejlevnější a nejefektivnější forma

# Kontextová reklama

- V kontextu s obsahem
- Účinnější oproti bannerovým reklamám
- Systém, kterým jsou inzeráty přiřazovány k příslušným stránkám
- PPC – model platby za reklamu

Google

auto

Hledat

Rozšířené vyhledávání

Vyhledávané slovo

Prohledat Web Stránky pouze česky

Web Zobrazit možnosti...

Výsledky 1 - 10 z asi 803 000 000 na dotaz auto. (0,18 sekund)

Announce - Auto

Sponzorované odkazy

Auto Announce.cz Auto nabídky a poptávky zdarma. Kup nebo prodej auto v Annonci

Sponzorované odkazy

Automobily Ford

Přehled a popis modelů, seznam servisů, výbava a další informace. www.ford.cz

AUTO.CZ - vše o autech na jednom místě ☆

10. duben 2010 ... Auto s dvěma osobami bylo vytačeno Superbem z dálnice. Otřesné záběry, ukazující letící Mazdu vstříc stromům asi nenechal a nenechávají ...

Autobazar - Magazin (1200 testů) - Fascinace - NEWS  
www.auto.cz / Archiv - Podobné

Hledáte auto Citroën?

Citroën je tradiční i revoluční. Prohlédněte si aktuální nabídku. www.citroen.cz

AUTO.CZ - vše o autech na jednom místě

CZ měří NetMonitor | SEO by TRUSTIA | V březnu 2009 navštívilo Auto.cz 444.109 reálných ...  
AUTO.CZ abroad: autoinfo.pl | Doporučujeme: invia.cz | frogu.cz ...  
www.auto.cz / Autobazar - Archiv - Podobné

Nové auto?

Koupit si nový Nissan už nemůže být snadnější! www.nissan.cz

Auto iDNES.cz - Vše o autech

12. duben 2010 ... auto idnes.cz  
auto idnes.cz / před 33 minuta

Reklama, která je  
zobrazená na základě  
určených klíčových  
slov

Autobazar AAA AUTO - ojeté vozy

Autobazar AAA Auto - ojeté vozy Hyundai, Audi, Fiat, Opel, Seat  
www.aaaauto.cz / Archiv - Por

Auto Škoda - Kvalita z ČR

Akční nabídky a podrobné informace o všech modelech najdete zde! www.skoda-auto.cz

Sauto.cz - nabídka vozidel, dostupnost, dostupnost, dostupnost ...

Nabídka vozidel, hledání podle značky, podrobnosti a fotografie vozů, informace o technickém stavu.  
www.sauto.cz / Archiv - Podobné

Akční nabídka Toyota Auto

Spolehlivá auta za akční ceny. Vysoká kvalita. Nízká spotřeba! www.toyota.cz

Auto-plus - ověřená kvalita ojetých vozů ☆

"Auto-plus" - ověřená kvalita ojetých vozů, virtuální autobazar nabízející kvalitní ojeté vozy s náranní kvalitou značek Volkswagen, Audi, SEAT a Škoda

Auto - Aukro @

Online aukce aut v ČR. Obrovský výběr, skvělé ceny. Aukro.cz

# Zákon č. 441/2003 Sb.

- **§ 8**

- **Práva z ochranné známky**

- **(2)** Nestanoví-li tento zákon jinak (§ 10 až 11), nikdo nesmí v obchodním styku bez souhlasu vlastníka ochranné známky užívat
  - **a)** označení shodné s ochrannou známkou pro výrobky nebo služby, které jsou shodné s těmi, pro které je ochranná známka zapsána,
  - **b)** označení, u něhož z důvodu jeho shodnosti nebo podobnosti s ochrannou známkou a shodnosti nebo podobnosti výrobků nebo služeb označených ochrannou známkou a označením existuje pravděpodobnost záměny na straně veřejnosti, včetně pravděpodobnosti asociace mezi označením a ochrannou známkou,
  - **c)** označení shodné s ochrannou známkou nebo jí podobné bez ohledu na to, zda je užíváno pro shodné, podobné nebo nepodobné výrobky nebo služby, pro které je ochranná známka chráněna, a jde o ochrannou známku, která má dobré jméno v České republice, a jeho užívání bez řádného důvodu by neoprávněně těžilo z rozlišovací způsobilosti nebo dobrého jména ochranné známky nebo jim bylo na újmu.

# Další typy reklam

- Reklama na blogu
- Inzertní reklama – forma banneru
- Distribuce emailem

# Zákon č. 480/2004 Sb.

- **Šíření obchodních sdělení**
- **§ 7**
- **(2)** Podrobnosti elektronického kontaktu lze za účelem šíření obchodních sdělení elektronickými prostředky využít pouze ve vztahu k uživatelům, kteří k tomu dali předchozí souhlas.
- **(3)** Nehledě na odstavec 2, pokud fyzická nebo právnická osoba získá od svého zákazníka podrobnosti jeho elektronického kontaktu pro elektronickou poštu v souvislosti s prodejem výrobku nebo služby podle požadavků ochrany osobních údajů upravených zvláštním právním předpisem<sup>5)</sup>, může tato fyzická či právnická osoba využít tyto podrobnosti elektronického kontaktu pro potřeby šíření obchodních sdělení týkajících se jejích vlastních obdobných výrobků nebo služeb za předpokladu, že zákazník má jasnou a zřetelnou možnost jednoduchým způsobem, zdarma nebo na účet této fyzické nebo právnické osoby odmítnout souhlas s takovýmto využitím svého elektronického kontaktu i při zasílání každé jednotlivé zprávy, pokud původně toto využití neodmítl.



# SEO - Search Engine Optimization

- Metodika vytváření a upravování webových stránek
- Zvyšování viditelnosti v internetových vyhledávacích
- Zaměřeno na klíčová slova a návštěvnost
- Zaměřují se na přirozenost a atraktivitu obsahu
- Lokální SEO – výsledky podle toho, kde se uživatel nachází

# Rozhodující faktory pro SEO

- 200 faktorů
- On-Page faktory:
  - Obsah, klíčová slova, správná klíčová slova ve zdrojovém kódu webových stránek, struktura stránky webu (nadpisy h1-h4)
- Off-Page faktory:
  - Zpětné odkazy z jiných / příbuzných webů, blogů, email marketingu, sociálních sítí
- On-Site faktory:
  - Volba domény a subdomény s využitím klíčových slov, struktura webu a délka existence webu

# PPC – Pay per Click (Výkonnostní reklama)

- Platí se za reklamu, jen pokud na ni někdo klikne
- Lze snadněji regulovat cenu za reklamu
- Google Ads, Seznam Sklik, Etarget, Facebook

Další typy:

- PPV (Pay Per View)
- PPT (Pay Per Time)
- PPL (Pay Per Lead/Link)

# SEO/PPC - porovnání

## SEO

- + Lepší pozice ve vyhledávání (více relativních návštěvníků)
- + stabilnější a dlouhodobé udržení pozice
- Dlouhodobý a nákladný proces

## PPC

- + Rychlá a laciná tvorba reklamy
- Vyšší náklady v delším časovém období

# Ochrana osobnosti, soukromí a nekalá soutěž

- zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník
- §81 - §90 -> ochrana osobnosti, soukromí a podoby člověka
- §2976-2990 -> nekalá soutěž

# Ochrana osobních údajů

- zákon č. 110/2019 Sb., zákon o ochraně osobních údajů, ve znění pozdějších předpisů),
- Účinný od 24.4.2019
- Nahrazení zákona č. 101/2000 Sb.
- zpracovává GDPR do českého legislativního řádu a přímo na něj navazuje (**§1, §2**)

# Zákon o ochraně hospodářské soutěže

- Reklama je jedním z nástrojů konkurenčního boje
- Zákon č. 143/2001 Sb.
- Dominantní postavení na trhu
- **§ 11**
- **(1)** Zneužívání dominantního postavení na újmu jiných soutěžitelů nebo spotřebitelů je zakázáno.
- **a)** přímé nebo nepřímé vynucování nepřiměřených podmínek ve smlouvách s jinými účastníky trhu, zvláště vynucování plnění, jež je v době uzavření smlouvy v nápadném nepoměru k poskytovanému protiplnění,
- **b)** vázání souhlasu s uzavřením smlouvy na podmínku, že druhá smluvní strana odebere i další plnění, které s požadovaným předmětem smlouvy věcně ani podle obchodních zvyklostí nesouvisí

# Pokuta Google AdSense

- Google upevňoval své dominantní postavení na trhu s internetovým vyhledáváním reklamy a chránil se před konkurencí, když pro stránky využívající jeho službu AdSense ve smlouvě stanovil omezení bránící konkurentům umísťovat na těchto stránkách jejich reklamy.
- Toto chování trvalo více než 10 let a je podle antimonopolních pravidel EU nezákonné.
- Google dostal pokutu 1,49 miliardy eur (38,2 miliardy korun)



# Behaviorální reklama

- Internetová reklama v závislosti na chování uživatelů
- Tvoří se z informací v cookies

# GDPR (General Data Protection Regulation)

- Obecné nařízení o ochraně osobních údajů
- **Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2016/679** ze dne 27. dubna 2016 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů a o zrušení směrnice 95/46/ES (obecné nařízení o ochraně osobních údajů)

# Zákon o některých službách informační společnosti

- Zákon č. 480/2004 Sb.
- § 3, § 4, § 5 - Odpovědnost poskytovatelů  
zprostředkovatelských služeb
  - Poskytovatel služby, který spočívá v **přenosu informací**  
poskytnutých uživatelem
  - Poskytovatel služby, který spočívá v **automatickém meziukládání  
informací** poskytnutých uživatelem
  - Poskytovatel služby, který spočívá v **ukládání informací**  
poskytnutých uživatelem

# Zákon o ochraně spotřebitele

- Zákon č. 634/1992 Sb.
- §4 (nekalá obchodní praktika)
- §5 (klamavá konání)
- Příloha 1 (klamavé obchodní praktiky)
- Příloha 2 (agresivní obchodní praktiky)

# Pokuta Google za „Nákupy“

- Pokuta 2,42 miliardy eur za zvýhodňování své služby Nákupy
- Zvýhodňoval vlastní cenový srovnávač zboží ve svém vyhledávači a ty konkurenční odsouval ve výsledcích hluboko dolů nebo rovnou na další stránky.
- *„Takové jednání je podle antimonopolních pravidel EU nezákonné. Ostatním společnostem odpíralo šanci soutěžit na základě jejich kvalit a inovovat. Především však bránilo evropským spotřebitelům ve skutečném výběru služeb a plném využití výsledků inovací,“* říká komisařka Margrethe Vestagerová odpovědná za politiku hospodářské soutěže.

# Prohlášení Evropské komise

- „Společnost Google zneužívala své dominantní postavení na trhu jako vyhledávač tím, že poskytla nelegální výhodu jinému produktu společnosti Google, konkrétně srovnávací službě“

Děkujeme za pozornost