

Co musisz wiedzieć o prawie jako SMM?

Działając jako specjalistka od mediów społecznościowych, tworzysz i publikujesz treści w przestrzeni publicznej. To oznacza, że jesteś zobowiązana do przestrzegania obowiązujących przepisów – nie jako prawniczka, ale jako profesjonalistka.

W pracy musisz być świadoma:

- najczęstszych błędów popełnianych przez freelancerki i marki,
- zagrożeń związanych z naruszeniem praw autorskich,
- zasad bezpiecznego zarządzania kontami i dostępami,
- obowiązków informacyjnych przy działaniach reklamowych,
- konieczności ochrony siebie, swojej pracy i swojej marki osobistej.

Te zasady mają znaczenie zwłaszcza wtedy, gdy tworzysz grafiki z cytatami, publikujesz treści oparte na komentarzach klientów, prowadzisz konkursy lub zarządzasz narzędziami klienta – jak fanpage, konta reklamowe, newslettery czy sklepy online.

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

Oznaczanie reklam, współprac i promocji

Jednym z najczęstszych błędów w pracy SMM-ki jest brak oznaczenia treści sponsorowanych lub komercyjnych. Obowiązek ten dotyczy zarówno właściciela marki, jak i osoby publikującej treści – czyli często właśnie Ciebie.

Treści, które muszą być oznaczone:

- reklamy (nawet bez zapłaty),
- barter, rabaty, linki afiliacyjne,
- współprace jednorazowe, długofalowe lub incydentalne.

Oznaczenie musi być:

- czytelne i widoczne od początku posta (np. „WSPÓŁPRACA REKLAMOWA z marką X”),
- nieschowane w hasztagach, nieukryte na końcu relacji,
- dostosowane do platformy (tekst, naklejka, oznaczenie w funkcji posta)

Jeśli klient nie chce oznaczać – Twoim obowiązkiem jest poinformowanie go o ryzyku. Platformy (Meta, TikTok, YouTube) mają swoje własne zasady, a ich łamanie może skutkować obniżeniem zasięgów lub blokadą konta. Konkursy i loterie to osobna kategoria – muszą mieć regulamin, jasno określone zasady, a w przypadku losowania nagród mogą wymagać rejestracji zgodnie z prawem hazardowym.

Zasada: promujesz coś? Oznacz to jasno.

Odpowiedzialność prawna – kto za co odpowiada

Główna odpowiedzialność prawna spoczywa na właścicielu konta – czyli kliencie. To on jest administratorem strony, właścicielem profilu, płatnikiem reklam. Jednak Ty jako wykonawczyni zlecenia również możesz ponieść odpowiedzialność, jeśli:

- naruszysz prawa autorskie (np. użyjesz cudzej grafiki bez licencji),
- opublikujesz treść naruszającą dobra osobiste (np. obraźliwy mem, fałszywy cytat),
- przetworzysz dane osobowe bez zgody, udostępnisz je lub nielegalnie zapiszesz,
- działasz poza ustaleniami umowy (np. zmienisz coś bez wiedzy klienta, opublikujesz wbrew wytycznym).

Aby się zabezpieczyć:

- podpisuj umowy określające zakres Twojej pracy i odpowiedzialności,
- zbieraj akcepty (np. mailowo lub przez narzędzia do współpracy),
- nie publikuj w imieniu klienta bez jego wiedzy, zwłaszcza w kwestiach spornych,
- trzymaj się profesjonalnych standardów – nie wdawaj się w dyskusje, nie komentuj jako marka, jeśli nie masz upoważnienia.

Umowy, regulaminy i zgody – co warto mieć

W pracy online wszystko dzieje się szybko, często „na słowo” – ale właśnie wtedy warto mieć podstawowe zabezpieczenia. Nawet prosta umowa potrafi uchronić Cię przed nieporozumieniem czy stratą.

Co warto mieć:

1. Umowę z klientem (nawet krótką), z zapisami dotyczącymi:
 - a. zakresu współpracy,
 - b. terminów i liczby poprawek,
 - c. wynagrodzenia i formy płatności,
 - d. zasad kontaktu (np. przez e-mail),
 - e. odpowiedzialności za materiały,
 - f. klauzuli RODO (jeśli masz dostęp do danych lub kont).
2. Zgody i dokumenty prawne w działaniach marketingowych:
 - a. zgoda na przetwarzanie danych,
 - b. polityka prywatności,
 - c. regulamin akcji lub zapisu,
 - d. informacja o administratorze danych.
3. Umowy z osobami, którym zlecasz dalsze zadania:
 - a. copywriter, grafik, VA – warto mieć umowę o dzieło, klauzulę poufności i określenie, kto ma prawa do powstałych materiałów.
4. Zgody na publikację wizerunku:
 - a. zawsze miej zgodę (najlepiej pisemną lub jako checkbox), jeśli pokazujesz kogoś na zdjęciu lub cytujesz opinię.

Cyberbezpieczeństwo – jak chronić konta i dane

Zabezpieczenia techniczne to nie kwestia wygody, ale standard pracy. Włamania, utrata danych, przejęcie konta – to realne ryzyka, przed którymi możesz się uchronić.

Najważniejsze zasady:

- silne hasła (minimum 12 znaków, znaki specjalne, cyfry i litery),
- korzystanie z menedżera haseł zamiast Excela lub notatnika,
- dostęp do kont zawsze przez przypisaną rolę (nigdy hasłem klienta),
- włączona weryfikacja dwuetapowa (2FA) na wszystkich platformach,
- bezpieczne zarządzanie plikami (chmury z ograniczeniem dostępu, kopie zapasowe),
- ustalony awaryjny plan działania (co robić w razie awarii, zniknięcia konta, utraty danych).

Co robić, gdy coś pójdzie nie tak

Problemy się zdarzają – ważne, jak na nie reagujesz. Gdy pojawi się błąd, blokada konta, panika klienta:

1. Nie panikuj – najpierw sprawdź fakty.
2. Zrób screeny, zapisz wszystko – daty, godziny, przebieg sytuacji.
3. Skontaktuj się z pomocą techniczną platformy – im więcej danych, tym lepiej.
4. Informuj klienta rzeczowo, nie panikuj razem z nim.
5. Nie przepraszaj za problemy niezależne od Ciebie.
6. Miej gotowe procedury – kopie materiałów, alternatywy kontaktu, archiwum treści.
7. Po kryzysie – wyciągnij wnioski i popraw system pracy.

Czego się nauczyłaś?

- ☐ Wiem, kiedy i jak należy oznaczać współpracę, reklamy, kody zniżkowe i posty afiliacyjne.
 - ☐ Potrafię jasno oznaczyć treści komercyjne zgodnie z wytycznymi UOKiK i platform społecznościowych.
 - ☐ Potrafię zabezpieczać dane i dokumenty – korzystam z bezpiecznych chmur, haseł i ograniczonego dostępu.
 - ☐ Wiem, że nie mogę przekazywać danych osobom trzecim bez zgody.
 - ☐ Znam sytuacje, w których mogę ponieść odpowiedzialność prawną jako freelancerka (np. za działania poza zakresem umowy).
 - ☐ Dbam o dokumentowanie uzgodnień z klientami – zbieram akcepty, mam jasno opisane zasady współpracy.
 - ☐ Potrafię zarządzać dostępem do kont i narzędzi klientów w sposób bezpieczny i zgodny z dobrymi praktykami.
 - ☐ Mam świadomość, jak ważna jest weryfikacja dwuetapowa i stosuję ją w codziennej pracy.
 - ☐ Wiem, jak zareagować w sytuacji awaryjnej (np. blokada konta, błąd platformy, stres klienta) i potrafię zachować spokój.
 - ☐ Potrafię jasno i profesjonalnie komunikować się z klientem w sytuacjach kryzysowych.
 - ☐ Umiem wyciągać wnioski z trudnych sytuacji i wdrażać lepsze zabezpieczenia na przyszłość.
-
-
-
-
-
-
-
-

