

Általános Szerződési Feltételek

a ROIworks Zrt. marketing szolgáltatásaira

Hatályos: 2026.02.20-tól **Verzió:** 1.0

I. BEVEZETŐ RENDELKEZÉSEK

1. Általános Szerződési Feltételek célja és hatálya

Jelen Általános Szerződési Feltételek (a továbbiakban: **ÁSZF**) a ROIworks Zrt. (székhely: 1139 Budapest, Váci út 91. 4. em., cégjegyzékszám: 01 10 140334, adószám: 26755504-2-41, e-mail: info@roi.hu, a továbbiakban: **Szolgáltató**) által nyújtott marketing ügynökségi szolgáltatások általános szerződési feltételeit tartalmazzák.

Személyi hatály: Jelen ÁSZF kizárólag vállalkozások (nem fogyasztó Megrendelők) részére nyújtott szolgáltatásokra vonatkozik (B2B szerződések). A fogyasztói szerződésekre vonatkozó jogszabályok (45/2014. (II. 26.) Korm. rendelet) jelen ÁSZF-re nem alkalmazandók.

Időbeli hatály: Az ÁSZF a hatálybalépés napjától kezdődően a Szolgáltató és Megrendelők között létrejövő szerződésekre alkalmazandó. A módosítást megelőzően létrejött szerződésekre a szerződéskötéskor hatályos ÁSZF alkalmazandó, kivéve, ha a Felek eltérően állapodnak meg.

Területi hatály: A szolgáltatások Magyarország és nemzetközi piacokon egyaránt teljesíthetők, de a szolgáltatás nyújtásának helye Magyarország. A Szolgáltató rendszeresen végez külpiai hirdetéskezelést, külföldi platformfiók-kezelést és nemzetközi kampányokat. A nemzetközi projektekre jelen ÁSZF rendelkezéseit kell alkalmazni; az Egyedi Szerződés tartalmazhatja a külpiai specifikus feltételeket (célország, nyelv, platform, deviza).

Az Egyedi Szerződés és a Teljes ÁSZF viszonya:

A Szolgáltató és a Megrendelő között létrejött jogviszony az alábbi dokumentumokból épül fel:

1. **Egyedi Szerződés** — A konkrét szolgáltatás nevét, scope-ját, díjazását, teljesítési határidejét és egyéb specifikus feltételeket tartalmazó írásbeli megállapodás (beleértve a Droposal-alapú megállapodást is).
2. **Teljes ÁSZF (jelen dokumentum)** — Általános jogi keretrendszer, amely minden szolgáltatásra vonatkozó közös szabályokat és szolgáltatás-specifikus feltételeket egyaránt tartalmazza (különösen a IV. fejezet 6.1–6.30 alfejezetei).
3. **Ptk. diszpozitív szabályai** — A Polgári Törvénykönyv (2013. évi V. törvény) kötelmi jogi szabályai, amelyek a szerződésben nem szabályozott kérdésekben alkalmazandók.

Eltérés esetén az alábbi hierarchia érvényesül:

Az egyes dokumentumok közötti eltérés esetén a specifikusabb rendelkezés az irányadó (lex specialis derogat legi generali):

- Az **Egyedi Szerződés** rendelkezései elsőbbséget élveznek minden más dokumentummal szemben.
- A **Teljes ÁSZF** (beleértve a IV. fejezet szolgáltatás-specifikus alfejezeteit) kiegészítő jelleggel alkalmazandó.
- A **Ptk. diszpozitív szabályai** háttérjogként az ÁSZF-ben nem szabályozott kérdésekben alkalmazandók.

2. ÁSZF elfogadása és módosítása

Az ÁSZF elfogadásának módjai:

A Megrendelő az alábbi módokon fogadhatja el jelen ÁSZF-et:

a) **Droposal elfogadása:** A Szolgáltató által kiküldött digitális ajánlat (Droposal) elfogadása egyben jelen ÁSZF elfogadását is jelenti. A Droposal tartalmazza az ÁSZF elérhetőségét és az elfogadásra vonatkozó kifejezett nyilatkozatot.

b) **Egyedi Szerződés aláírása:** Az Egyedi Szerződés aláírásával a Megrendelő kifejezetten elfogadja az abban hivatkozott ÁSZF-et. Az Egyedi Szerződés tartalmazza az ÁSZF hatályos verzióját és annak elérhetőségét.

c) **E-mail alapú megrendelés:** E-mailben történő megrendelés esetén a Szolgáltató visszaigazolásában hivatkozik az ÁSZF-re, amelynek a Megrendelő általi visszaigazolása jelenti az ÁSZF elfogadását.

Megismerhetőség biztosítása: A Szolgáltató az ÁSZF hatályos verzióját elérhetővé teszi a www.roi.works/ÁSZF weboldalon, valamint kérésre e-mailben megküldi a Megrendelőnek. Az ÁSZF elfogadása előtt a Megrendelő köteles azt megismerni.

Módosítás joga: A Szolgáltató jogosult jelen ÁSZF-et egyoldalúan módosítani. A módosításról a Szolgáltató az alábbi módon értesíti a Megrendelőket:

a) A www.roi.works/ÁSZF oldalon közzéteszi a módosított ÁSZF-et, a módosítás hatálybalépésének időpontját és a lényeges változásokat tartalmazó összefoglalót.

b) Folyamatban lévő szerződéssel rendelkező Megrendelőket e-mailben értesíti a módosításról legalább 15 nappal a hatálybalépés előtt.

Módosítás hatálya: A módosított ÁSZF a hatálybalépés napjától kezdődően a létrejövő új szerződésekre alkalmazandó. A módosítást megelőzően létrejött szerződésekre a módosított ÁSZF akkor vonatkozik, ha a Megrendelő azt kifejezetten elfogadja. Ha a Megrendelő a módosítást nem fogadja el, a folyamatban lévő szerződésre a szerződéskötéskor hatályos ÁSZF alkalmazandó a szerződés megszűnéséig.

Tiltakozási jog: A módosítás elleni tiltakozás a Megrendelő részéről az Egyedi Szerződés rendes felmondását jelenti az ÁSZF XIII. fejezete (Szerződés megszűnése) szerint.

II. SZOLGÁLTATÓ ADATAI

3. Szolgáltató azonosító adatai

Az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről szóló 2001. évi CVIII. törvény (Ektv.) 4. § szerinti tájékoztatás:

Cégnév: ROIworks Zrt.

Székhely: 1139 Budapest, Váci út 91. 4. em.

Levelezési cím: 1139 Budapest, Váci út 91. 4. em.

Cégjegyzékszám: 01 10 140334

Adószám: 26755504-2-41

E-mail cím: info@roi.hu

Telefonszám: +36 20 998-8898

Weblap: www.roi.works

Képviseli: Rácz István vezérigazgató

Felügyeleti szerv: A Szolgáltatót felügyelő hatóság a székhely szerint illetékes kormányhivatal (cégjogi felügyelet: cégjegyzékben szereplő bejegyző bíróság).

Szakmai kamara: A Szolgáltató nem tagja kötelező szakmai kamarának.

Adatvédelmi tájékoztató elérhetősége: www.roi.works/adatvedelem

III. FOGALOMMEGHATÁROZÁSOK

4. Általános fogalmak

Jelen ÁSZF alkalmazásában az alábbi általános fogalmak az alábbi tartalommal bírnak:

ÁSZF (Általános Szerződési Feltételek): Jelen dokumentum, amely a Szolgáltató által nyújtott marketing ügynökségi szolgáltatások általános szerződési feltételeit tartalmazza, 18 fejezetes struktúrában.

Egyedi Szerződés: A Szolgáltató és a Megrendelő között létrejött egyedi megállapodás (írásbeli szerződés, Droposal), amely tartalmazza a szolgáltatás nevét, pontos scope-ját (feladatok, deliverable-ok), díjazását, teljesítési határidejét és egyéb specifikus feltételeket. Az Egyedi Szerződés a Teljes ÁSZF-fel együttesen értelmezendő (a vonatkozó szolgáltatás-specifikus feltételeket a IV. fejezet tartalmazza).

Megrendelő: A Szolgáltatóval szerződést kötő vállalkozás (nem fogyasztó), amely marketing ügynökségi szolgáltatást rendel meg. A Megrendelő lehet gazdasági társaság, egyéni vállalkozó, vagy egyéb jogi személy.

Szolgáltató: ROIworks Zrt., jelen ÁSZF II. fejezetében megjelölt céggadatokkal.

Felek: A Szolgáltató és a Megrendelő együttesen.

Droposal: A Szolgáltató által használt digitális ajánlat-kezelő platform, amelyen keresztül a Szolgáltató ajánlatot küld a Megrendelőnek, és a Megrendelő azt elektronikus úton elfogadhatja. A Droposal-alapú elfogadás jogilag egyenértékű az írásbeli Egyedi Szerződéssel.

5. Ügynökség-specifikus fogalmak

Jelen ÁSZF alkalmazásában az alábbi ügynökség-specifikus fogalmak az alábbi tartalommal bírnak:

Órakeret: Adott időszakra (általában havi vagy negyedéves) meghatározott szakmai munkaóra mennyiség, amelyet a Szolgáltató a Megrendelő rendelkezésére bocsát folyamatos jellegű szolgáltatások esetén (pl. PPC Management, Social Media Management, CRO/Landing optimalizálás). Az órakeret nem jelent garantált teljesítményt, hanem a rendelkezésre álló szakmai kapacitást. Az órakereten belül elvégzett feladatok körét az Egyedi Szerződés és a rendszeres kommunikáció határozza meg.

Retainer: Folyamatos szerződés keretében havi vagy negyedéves fix díjas elszámolási modell, amely általában órakeret-alapú szolgáltatásokhoz kapcsolódik. A retainer díja előre, havonta/negyedévente kerül kiszámlázásra, függetlenül az adott időszakban ténylegesen felhasznált órák számától (az Egyedi Szerződésben meghatározott kereteken belül).

Media spend (hirdetési költség): A hirdetési platformok (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads, stb.) felé közvetlenül kifizetett költségkeret, amelyet a Szolgáltató a Megrendelő nevében vagy a Megrendelő fiókján keresztül hirdetési kampányok indítására fordít. A media spend **nem része a szolgáltatási díjnak** (ügynökségi fee), külön kerül elszámolásra vagy a Megrendelő fizetési módjához kapcsolódik. Részletes szabályozását jelen ÁSZF XVI. fejezete tartalmazza.

Kampány: Meghatározott marketing célú, időben és költségkeretben (media spend) korlátozott online hirdetési aktivitás (pl. Google Ads kampány, Meta Ads kampány, LinkedIn kampány). A kampány tartalmazza a kampánystruktúrát, a hirdetési csoportokat, a hirdetéseket (kreativokat), a targetálást és a költségkezelést.

Kreatív deliverable: A Szolgáltató által készített vizuális és szöveges kreatívanyagok összessége, beleértve: logók, arculati elemek, hirdetések (bannerek, social postek, videók), kampánygrafika, brand guide, fotók, videók, landing page design, hírlevél design, stb. A kreatív deliverable-ok esetén a szerzői jog és felhasználási jog szabályozását jelen ÁSZF VIII. fejezete tartalmazza.

Change Order: A Megrendelő által írásos formában (e-mail elfogadott) benyújtott scope vagy teljesítési határidő módosítási kérelem, amely az Egyedi Szerződésben rögzített feladatok,

deliverable-ok vagy határidők megváltoztatására irányul. A Change Order hatásainak (díjazás, határidő) felmérése és a Megrendelő általi írásos jóváhagyása után lép hatályba. Részletes szabályozását jelen ÁSZF XVII. fejezete tartalmazza.

Platform: Harmadik fél által üzemeltetett online marketing és hirdetési szolgáltatások (pl. Google Ads, Meta Ads Manager, LinkedIn Campaign Manager, Google Analytics, Meta Pixel, WordPress, MailChimp, Brizy, ManyChat, stb.), amelyeken keresztül a Szolgáltató a marketing tevékenységeket végzi. A platformok saját felhasználási feltételekkel (Terms of Service) rendelkeznek, amelyek a Szolgáltató tevékenységére korlátozó hatással lehetnek. A platform-specifikus feltételek szabályozását jelen ÁSZF XVIII. fejezete tartalmazza.

Szolgáltatás-specifikus feltételek: A jelen ÁSZF IV. fejezet 6.1–6.30 alfejezetei, amelyek minden egyes szolgáltatáshoz külön alfejezetet tartalmaznak a szolgáltatás jellegéhez igazított speciális rendelkezésekkel (szolgáltatás tárgya, tartalma, fogalmak, közreműködés, jóváhagyás, díjazás/elszámolás, felelősségi korlátok). A szolgáltatás-specifikus feltételek a Teljes ÁSZF szerves részét képezik, nem önálló dokumentumok.

IV. SZOLGÁLTATÁSOK KÖRE

6. Szolgáltatások bemutatása

A Szolgáltató az alábbi marketing ügynökségi szolgáltatásokat nyújtja. A szolgáltatások archetípusok szerint csoportosítva, minden szolgáltatáshoz részletes feltételekkel:

A) Folyamatos menedzsment szolgáltatások

6.1. PPC Management

Archetípus: A) Folyamatos menedzsment szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

Az Online médiavásárlás szolgáltatás tárgya a Megrendelő fizetett online megjelenéseinek stratégiai, tervezett és kontrollált megvalósítása digitális médiafelületeken (különösen display, programmatic, natív és videós megjelenések). A szolgáltatás fókusza a médiaköltségek üzleti célokhoz igazított tervezésén, optimalizálásán és szakmai felügyeletén van. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt csomag vagy kampány terjedelméhez igazodva különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) médiatervezés és stratégia (csatorna- és felületstratégia kialakítása, költségkeret-tervezés és súlyozás, médiaterv készítése); (b) kampányfelépítés és médiavásárlás (médiafelületek kiválasztása, kreatív anyagok technikai ellenőrzése, kampánybeállítások és konfiguráció); (c) kampánykezelés és optimalizálás (folyamatos felügyelet és monitoring, megjelenési arányok módosítása, alulteljesítő felületek kezelése); (d) költségkeret-menedzsment (költségi keret figyelése, alul- vagy túlköltség jelzése, jóváhagyott kereten belüli optimalizálás); (e) riportálás és szakmai értékelés (elérési és megjelenési adatok, frekvencia- és lefedettségi mutatók, költségkeret-felhasználás összefoglalása). A szolgáltatás tartalma és terjedelme minden esetben a megrendelt csomaghoz tartozó órakeret és scope szerint értelmezendő.

A médiaköltség (media spend) nem része a szolgáltatási díjnak, azt a Megrendelő közvetlenül vagy a Szolgáltatón keresztül fizeti. A médiaköltség felhasználásáról a Szolgáltató elszámolást biztosít.

3. Nem része a szolgáltatásnak

Az Online médiavásárlás szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) a médiaköltség (media spend), függetlenül az elszámolási modelltől; (b) kreatív gyártás (bannerek, videók, animációk tervezése és készítése); (c) landing oldal tervezés vagy fejlesztés; (d) technikai implementáció (tracking kódok, mérési rendszerek telepítése); (e) 0–24 órás kampányfelügyelet vagy ügyeleti rendszer; (f) eredmény-, bevétel- vagy teljesítménygarancia vállalása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) a kampány üzleti és kommunikációs céljait, célcsoportjait és a tervezett kampányidőszakot egyértelműen meghatározni (brief); (b) a márkairányelveket, arculati kézikönyvet és tiltott témaköröket rendelkezésre bocsátani; (c) a kampányhoz szükséges kreatív anyagokat (bannerek, videók, natív hirdetések) vagy azok elkészítéséhez szükséges alapanyagokat határidőben biztosítani; (d) a jóváhagyott médiaköltségi keretet a kampány indítása előtt rendelkezésre bocsátani; (e) a szükséges hozzáféréseket (hirdetési rendszerek, mérési eszközök) biztosítani. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A kampány indítása három jóváhagyási ponton keresztül történik: (1) médiaterv jóváhagyása (csatornák, felületek, költségkeret-bontás), (2) médiafelületek és kreatívok jóváhagyása (konkrét

megjelenési struktúra és hirdetési anyagok), valamint (3) kampányindítás jóváhagyása (az éles indulás feltétele). A jóváhagyás írásos formában történik. A jóváhagyás elmaradása vagy késedelve a kampányindítást és az optimalizálási fázist késleltetheti. A jóváhagyott médiaterv és kreatívok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelve miatt (különösen brief, kreatív anyagok, médiaköltési keret vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama nem érinti az órakeret elszámolási logikáját.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató az Online médiavásárlás szolgáltatás keretében a médiatervezésért, kampányfelépítésért, médiavásárlásért és optimalizálásért vállal felelősséget. Médiatulajdonosi vagy platformoldali technikai hibákért, algoritmus- vagy inventory-változásokért, valamint külső piaci, szezonális vagy versenykörnyezetből fakadó hatásokért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.2. Social Media Management

Archetípus: A) Folyamatos menedzsment szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Social Media Management szolgáltatás tárgya a Megrendelő social media jelenlétének stratégiai tervezése, tartalom-előállítás, tartalom-következetes megvalósítása és közösségépítés folyamatos, retainer-jellegű szolgáltatás keretében. Platformok: Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt csomag szintjének megfelelően különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) poszt-tartalom készítés (szöveg, grafika koordináció); (b) tartalom-naptár készítése és ütemezése; (c) poszt kihelyezés és időzítés; (d) hashtag kihelyezés és követés (ahol lehetséges és szükséges); (e) cover kép csere (grafikai munka nélkül); (f) riportálás (havi teljesítmény: elérés, engagement, követőszám-alakulás). A szolgáltatás tartalma minden esetben a megrendelt csomaghoz tartozó órakeret és scope szerint értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Social Media Management szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) fizetett hirdetések kezelése (külön PPC szolgáltatás); (b) moderálás (külön 6.6 szolgáltatás); (c) fotó/video gyártás (külön 6.26 szolgáltatás); (d) influencer kampányok szervezése és lebonyolítása; (e) 0-24 órás elérhetőség; (f) eredmény-, bevétel- vagy megtérülési garancia (g) social marketing stratégia készítés; (h) social media tanácsadás (i) social media oldal setup (oldal kialakítása, adatok frissítése (pl. bio feltöltés/frissítés)). A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) social media fiókok admin szintű hozzáférést biztosítani (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok stb.); (b) brand guide-ot, arculati irányelveket és kommunikációs irányelveket biztosítani; (c) a tartalomtervek jóváhagyásához szükséges visszajelzést határidőben megadni; (d) a Szolgáltató által készített tartalmakhoz szükséges információkat - különösen az egyes posztok tematikájának meghatározását - és alapanyagokat (termékfotók, információk) rendelkezésre bocsátani; (e) havi riportot ellenőrizni és visszajelzést adni. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A folyamatos jellegű szolgáltatás havi tartalomterv-jóváhagyási ciklust tartalmaz. A Szolgáltató a meghatározott időszakonként (havonta) tartalomtervet és riportot készít. A Megrendelő a tartalomtervet jóváhagyja vagy módosítási javaslatot tesz. A riportban foglalt eredmények nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, anyagátadás, jóváhagyás vagy döntéshozatal hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem nem érinti az órakeret elszámolási logikáját.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Social Media Management szolgáltatás keretében szakmai gondossággal jár el (Ptk. 6:123. §), azonban nem vállal felelősséget különösen az alábbiakért:

(a) A Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok és egyéb social media platformok által történő platformváltozások vagy algoritmus-módosítások hatása az organikus elérésre és engagement-re. (b) Negatív PR vagy kríziskommunikáció kezelése (ha komolyabb PR-probléma merül fel, az külön szolgáltatás). (c) A Megrendelő brand guide és kommunikációs irányelvek

hiányában a tartalmak stílusa. (d) Social media platformok által okozott fiók-korlátozás vagy tartalom-eltávolítás. (e) A követőszám-növekedés vagy engagement ráta konkrét értékének elérése.

A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.3. CRO / Landing page optimalizálás

Archetípus: A) Folyamatos menedzsment szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A CRO / Landing optimalizálás szolgáltatás tárgya a Megrendelő landing page(k)inek konverziójának növelése A/B teszteléssel, UX javításokkal és teljesítmény-elemzéssel. A szolgáltatás folyamatos/iteratív jellegű: havonta vagy negyedévente visszatérő optimalizációs ciklusokban történik, ahol a Szolgáltató elemzi a landing page(k) teljesítményét, azonosítja az optimalizációs lehetőségeket, és A/B teszteket futtat a konverzió növelésére. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt csomag szintjének megfelelően különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) landing page(k) teljesítmény-elemzése (konverzióarány, bounce rate, átlag oldal-töltési idő, felhasználói interakciók); (b) UX audit: felhasználói viselkedés elemzése, heatmap elemzés, klikk-elemzés; (c) optimalizációs hipotézisek megfogalmazása (mi a probléma, mi a változtatási javaslat, milyen eredmény várható); (d) A/B tesztek tervezése és beállítása (headline, CTA gomb, layout, képek, színek, mezők száma); (e) A/B tesztek futtatása és monitorozása (statisztikai szignifikancia elérése); (f) győztes variáció implementálása a landing page(k)on; (g) riportálás: mely tesztek futottak, milyen eredményekkel, milyen konverzió-növekedést értünk el. A szolgáltatás tartalma minden esetben a megrendelt csomaghoz tartozó órakeret és scope szerint értelmezendő. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A CRO / Landing optimalizálás szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) új landing page(k) építése (ha teljesen új oldalt kell készíteni, az külön szolgáltatás); (b) tartalomkészítés (szöveg, képek, grafika) landing page(k)hoz (ha tartalmi módosítás szükséges, az külön szolgáltatás); (c) landing page(k) fejlesztése (ha strukturális vagy funkcionalitás-változtatás szükséges, az külön megállapodás tárgya); (d) A/B tesztek statisztikai

szignifikancia elérése, ha a landing page forgalma nem elegendő (a tesztek futtatása a Megrendelő forgalmi szintjéhez igazodik); (e) platformok (Google Optimize, VWO, Optimizely stb.) beállítása és licenc-biztosítása (a Megrendelő felelőssége); (f) landing page(k) SEO optimalizálása (ha SEO célja van, az külön szolgáltatás); (g) eredmény-, bevétel- vagy megtérülési garancia. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) landing page(k) admin szintű hozzáférést biztosítani; (b) Google Analytics vagy egyéb mérési rendszer hozzáférést biztosítani (a teljesítmény-elemzéshez); (c) A/B tesztelő eszköz (Google Optimize, VWO, Optimizely stb.) hozzáférést biztosítani; (d) optimalizációs hipotéziseket jóváhagyni (mely tesztek futtassuk); (e) A/B tesztek eredményeit jóváhagyni (melyik variáció kerüljön implementálásra); (f) elegendő landing page forgalmat biztosítani (az A/B tesztek statisztikai szignifikancia elérése forgalom-függő). A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A folyamatos jellegű szolgáltatás nem tartalmaz formális jóváhagyási köröket. A Szolgáltató a meghatározott időszakonként (havonta vagy negyedévente) riportot készít a végzett tevékenységekről és eredményekről. A Megrendelő a riport alapján jelzi az irányváltoztatási igényeit. A riportban foglalt eredmények nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, anyagátadás, jóváhagyás vagy döntéshozatal hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama nem érinti az órakeret elszámolási logikáját.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a CRO / Landing optimalizálás szolgáltatás keretében szakmai gondossággal jár el (Ptk. 6:123. §), azonban nem vállal felelősséget különösen az alábbiakért:

(a) A Google Analytics 4, Google Optimize (vagy successor), VWO, Optimizely és egyéb A/B testing platformok által okozott mérés-pontatlanság vagy A/B tesztelés hibák. (b) A landing page(k) technikai korlátaival (lassú betöltődés, JavaScript hibák, CMS korlátozások) összefüggő optimalizációs problémák. (c) A landing page forgalma nem elegendő az A/B tesztek statisztikai szignifikancia eléréséhez (a tesztek futtatása a Megrendelő forgalmi szintjéhez igazodik). (d) A Megrendelő landing page(k)-ján történő módosítások által okozott optimalizációs problémák (ha a Megrendelő vagy másik szolgáltató módosítja a landing page-et az A/B tesztek futása

közben). (e) Harmadik fél platformok algoritmusváltozásai vagy API-módosításai által okozott teljesítményváltozások.

A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.4. Lead gyűjtés

Archetípus: F) Eseti szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Lead gyűjtés szolgáltatás tárgya eseti jellegű, projektalapú lead generáló kampányok beállítása, optimalizálása és lezárása harmadik feles marketing platformokon. A Szolgáltató az Egyedi Szerződésben meghatározott kampány időtartama alatt elemzi a lead kampányok teljesítményét, optimalizálja a targetálást és az üzeneteket, és javítja a lead minőségét. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt csomag szintjének megfelelően különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) lead generáló kampányok stratégiájának megtervezése (cél, targetálás, üzenetek, lead form mezőstruktúra); (b) Facebook Lead Ads / Google Ads Lead Form / weboldali lead form kampányok beállítása; (c) lead form mezőstruktúra optimalizálása (mely mezők szükségesek, melyeket hagyjuk el a konverzióarány növelése érdekében); (d) targetálás és üzenet-optimalizálás (mely közönség, milyen üzenetekkel generál minőségi leadeket); (e) lead költség és lead minőség monitorozása; (f) lead kampányok kampány időtartama alatti optimalizálása (targetálás, üzenet, ad creative, budget); (g) riportálás: lead szám, lead költség, lead minőség, konverzióarány. A szolgáltatás tartalma minden esetben a megrendelt csomaghoz tartozó órakeret és scope szerint értelmezendő. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Lead gyűjtés szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) lead formok tartalomkészítése (szöveg, képek, kreatív anyagok) (ha tartalmi anyagok nem állnak rendelkezésre, az külön szolgáltatás); (b) CRM integrációs fejlesztés (ha a leadeket CRM rendszerbe kell integrálni, az külön szolgáltatás); (c) lead nurturing és e-mail automatizáció (ha a leadeket tovább kell építeni, az külön szolgáltatás); (d) lead kiválogatás és minőség-ellenőrzés (lead scoring) (ha lead scoring szükséges, az külön szolgáltatás); (e) landing page építése lead kampányokhoz (ha weboldali lead form helyett landing page kell, az

külön szolgáltatás); (f) lead kampányok media spend-je (a media költségvetést Megrendelő külön jogcím alatt fizeti meg Szolgáltatónak); (g) eredmény-, bevétel- vagy megtérülési garancia. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) Facebook Business Manager / Google Ads admin szintű hozzáférést biztosítani; (b) lead kampányok céljait és target közönségét pontosítani; (c) lead form mezőstruktúrát jóváhagyni (mely mezők szükségesek); (d) lead kampányok budget biztosítani (media spend a Megrendelő felelőssége); (e) lead minőséget validálni (mely leadek minősülnek minőségi lead-nek); (f) lead kampányok eredményeit rendszeresen ellenőrizni és visszajelzést adni. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A projektalapú szolgáltatás az alábbi jóváhagyási pontokat tartalmazza: (1) kampánystratégia és targetálás jóváhagyása, (2) lead form mezőstruktúra jóváhagyása, (3) kampány lezárásakor záró riport átadása. A Megrendelő a riport alapján jelzi az irányváltoztatási igényeit. A riportban foglalt eredmények nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, anyagátadás, jóváhagyás vagy döntéshozatal hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár. A teljesítési határidőt az Egyedi Szerződés határozza meg.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Lead gyűjtés szolgáltatás keretében szakmai gondossággal jár el (Ptk. 6:123. §), azonban nem vállal felelősséget különösen az alábbiakért:

(a) A Facebook, Google Ads, LinkedIn és egyéb terciari marketing platformok (landing page platformok, CRM rendszerek, chatbot platformok) által okozott lead generáló kampány hibák vagy mérés-pontatlanság. (b) Harmadik fél platformok algoritmusváltozásai vagy API-módosításai által okozott teljesítményváltozások. (c) A lead minőség a Megrendelő üzleti modellje és target közönségének függvénye (a Szolgáltató optimalizálja a lead kampányokat, de nem garantálja a lead minőségét). (d) A lead kampányok media spend-jének kimerülése esetén a kampányok nem futnak (a media költségvetés a Megrendelő felelőssége). (e) Lead kampányok CRM integrációja hibáiból eredő lead-vesztés (ha CRM integrációs hiba van, az külön szolgáltatás).

A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.5. Marketing automatizációs tanácsadás

Archetípus: A) Folyamatos menedzsment szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Marketing automatizációs tanácsadás szolgáltatás tárgya marketing automatizációs stratégia és workflow tervezés — e-mail automatizáció, lead scoring, trigger-alapú folyamatok — anélkül hogy a Szolgáltató maga implementálná a rendszert. A szolgáltatás folyamatos/iteratív jellegű: havonta vagy negyedévente visszatérő tanácsadási ciklusokban történik, ahol a Szolgáltató elemzi a meglévő marketing automatizációs rendszert, azonosítja az optimalizációs lehetőségeket, és javaslatot tesz az új workflow-k kialakítására. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt csomag szintjének megfelelően különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) meglévő marketing automatizációs rendszer felmérése (ha van már beállított rendszer); (b) marketing automatizációs workflow-k tervezése (lead nurturing, onboarding, vásárlói utazás, retention); (c) lead scoring stratégia tervezése (mely interakciók minősítenek hot lead-nek); (d) trigger-alapú e-mail szekvenciák tervezése (milyen esemény mi automatizációs folyamatot indít); (e) szegmentálási stratégia tervezése (mely listatagok mely automatizációs folyamatokba kerüljenek); (f) marketing automatizációs workflow dokumentációja (milyen workflow-k, milyen trigger-ek, milyen e-mail szekvenciák); (g) javaslatcsomag: mit érdemes implementálni először, mi a prioritás. A szolgáltatás tartalma minden esetben a megrendelt csomaghoz tartozó órakeret és scope szerint értelmezendő. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának. A szolgáltatás NEM tartalmazza a marketing automatizációs workflow-k implementálását.

3. Kapcsolódó eseti szolgáltatás

A Marketing automatizációs tanácsadás eseti jellegű megbízás keretében is igénybe vehető (egyalkalmi audit, stratégia-kialakítás, workflow-tervezés), amelyre a projektalapú elszámolási modell alkalmazandó az Egyedi Szerződés szerint.

4. Nem része a szolgáltatásnak

A Marketing automatizációs tanácsadás szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) marketing automatizációs workflow implementálása (az implementáció külön szolgáltatás vagy a Megrendelő feladata); (b) e-mail szekvenciák tartalomkészítése (szöveg, képek, design) (ha tartalmi anyagok nem állnak rendelkezésre, az külön szolgáltatás); (c) marketing automatizációs platformok beállítása és licenc-biztosítása (a Megrendelő felelőssége); (d) CRM integrációs fejlesztés (ha CRM és marketing automatizációs rendszer integrálását kell kialakítani, az külön szolgáltatás); (e) lead scoring implementálása a marketing automatizációs platformon (az implementáció külön szolgáltatás vagy a Megrendelő feladata); (f) marketing automatizációs workflow folyamatos optimalizálása (ha az implementált workflow-k optimalizálása szükséges, az külön szolgáltatás); (g) eredmény-, bevétel- vagy megtérülési garancia. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

5. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) marketing automatizációs stratégia céljait pontosítani (milyen lead nurturing, milyen vásárlói utazás, milyen retention); (b) meglévő marketing automatizációs rendszer hozzáférést biztosítani (ha van már beállított rendszer); (c) lead scoring kritériumait egyeztetni (mely interakciók minősítenek hot lead-nek); (d) trigger-alapú e-mail szekvenciákat egyeztetni (milyen esemény mi automatizációs folyamatot indít); (e) marketing automatizációs workflow dokumentációt jóváhagyni; (f) implementációs javaslatcsomagot jóváhagyni. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

6. Jóváhagyási és válaszadási rend

A folyamatos jellegű szolgáltatás nem tartalmaz formális jóváhagyási köröket. A Szolgáltató a meghatározott időszakonként (havonta vagy negyedévente) riportot készít a végzett tevékenységekről és eredményekről. A Megrendelő a riport alapján jelzi az irányváltoztatási igényeit. A riportban foglalt eredmények nem minősülnek eredménygaranciának.

7. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, anyagátadás, jóváhagyás vagy döntéshozatal hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama nem érinti az órakeret elszámolási logikáját.

8. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Marketing automatizációs tanácsadás szolgáltatás keretében szakmai gondossággal jár el (Ptk. 6:123. §), azonban nem vállal felelősséget különösen az alábbiakért:

(a) A Mailchimp, ActiveCampaign, HubSpot, Salesmanago és egyéb marketing automatizációs platformok korlátozásai (funkciók, integráció korlátozások). (b) Marketing automatizációs workflow-k implementálása (a tanácsadás NEM tartalmazza az implementációt). (c) A Megrendelő marketing automatizációs rendszerének technikai korlátaival (CRM integrációs hibák, platform korlátozások) összefüggő problémák. (d) Marketing automatizációs workflow-k hatékonysága a Megrendelő üzleti modellje és target közönségének függvénye (a Szolgáltató javaslatot tesz, de nem garantálja a workflow-k eredményességét). (e) Harmadik fél platformok algoritmusváltozásai vagy API-módosításai által okozott teljesítményváltozások.

A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.6. Moderálás (Social)

Archetípus: A) Folyamatos menedzsment szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Moderálás (Social) szolgáltatás tárgya social media felületek moderálása — kommentek, üzenetek, értékelések kezelése, eskalációs protokoll — folyamatos, retainer-jellegű szolgáltatás keretében. A Szolgáltató monitorozza a Megrendelő social media fiókjait (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok), válaszol a kommentekre és üzenetekre, és eskalál a Megrendelőnek, ha olyan kérdés vagy probléma merül fel, amely a Megrendelő döntését igényli. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt csomag szintjének megfelelően különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) social media fiókok monitorozása (kommentek, üzenetek, értékelések, említések); (b) kommentekre válaszolás a Megrendelő nevében (pozitív, neutrális, negatív kommentek kezelése); (c) üzenetekre válaszolás a Megrendelő nevében (Facebook Messenger, Instagram Direct, LinkedIn üzenetek); (d) GYIK (gyakran ismételt kérdések) válaszainak automatizálása vagy szabványosítása; (e) eskalációs protokoll: milyen kérdéseket vagy problémákat kell a Megrendelőnek eskalálni; (f) riportálás: heti vagy havi moderálási jelentés (hány komment, hány üzenet, milyen típusú kérdések, milyen eskalációk). A szolgáltatás tartalma minden esetben a megrendelt csomaghoz tartozó órakeret és scope szerint értelmezendő. A szolgáltatás NEM tartalmazza a 0-24 órás elérhetőséget (az elérhető időablak és válaszidő a Megrendelővel egyeztetett scope-ba tartozik).

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Moderálás (Social) szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) social media tartalom-készítés (posztok, képek, videók) (a Moderálás NEM tartalmazza a tartalom-készítést — az külön Core szolgáltatás); (b) social media hirdetések kezelése (a Moderálás NEM tartalmazza a fizetett hirdetések módosítását — az külön Core szolgáltatás); (c) közösségépítési kampányok tervezése és kivitelezése (ha stratégiai közösségépítés szükséges, az külön szolgáltatás); (d) negatív PR vagy kríziskommunikáció kezelése (ha komolyabb PR-probléma merül fel, az külön szolgáltatás); (e) social media fiókok technikai beállítása vagy optimalizálása (ha fiók-beállítás szükséges, az külön szolgáltatás); (f) 0-24 órás elérhetőség (az elérhető időablak és válaszdő a Megrendelővel egyeztetett scope-ba tartozik); (g) eredmény-, bevétel- vagy megtérülési garancia. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) social media fiókok admin szintű hozzáférést biztosítani (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok stb.); (b) GYIK (gyakran ismételt kérdések) válaszait biztosítani (milyen kérdésekre milyen válaszokat kell adni); (c) eskalációs protokollt meghatározni (milyen kérdéseket vagy problémákat kell eskalálni a Megrendelőnek); (d) brand tone of voice és kommunikációs irányelveket biztosítani (hogyan válaszoljon a Szolgáltató a Megrendelő nevében); (e) eskalált kérdésekre válaszolni a Megrendelő részéről (ha a Szolgáltató eskalál egy kérdést, a Megrendelő válaszol rá); (f) heti vagy havi moderálási jelentést ellenőrizni. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A folyamatos jellegű szolgáltatás nem tartalmaz formális jóváhagyási köröket. A Szolgáltató a meghatározott időszakonként (hetente vagy havonta) riportot készít a végzett tevékenységekről és eredményekről. A Megrendelő a riport alapján jelzi az irányváltoztatási igényeit. A riportban foglalt eredmények nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, anyagátadás, jóváhagyás vagy döntéshozatal hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama nem érinti az órakeret elszámolási logikáját.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Moderálás (Social) szolgáltatás keretében szakmai gondossággal jár el (Ptk. 6:123. §), azonban nem vállal felelősséget különösen az alábbiakért:

(a) A Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok és egyéb social media platformok által történő platformváltások vagy algoritmus-módosítások hatása a moderálási tevékenységre. (b) Negatív PR vagy kríziskommunikáció kezelése (ha komolyabb PR-probléma merül fel, az külön szolgáltatás). (c) A Megrendelő brand tone of voice és kommunikációs irányelvek hiányában a válaszok stílusa (a Szolgáltató a Megrendelő által biztosított irányelvek alapján válaszol). (d) Eszkálált kérdésekre a Megrendelő által adott válaszok hatásai (a Szolgáltató csak eskalál, a válasz a Megrendelő felelőssége). (e) Social media platformok spam-szűrői vagy moderációs szabályai által okozott komment-törlés vagy fiók-korlátozás. (f) A Szolgáltató nem felel az elvárható szakmai gondossággal megválaszolt kommentekből eredő anyagi vagy reputációs károkért. A válaszadásnál a Szolgáltató a Megrendelő által biztosított kommunikációs irányelvek, GYIK-válaszok és eskalációs protokoll szerint jár el; az ezek betartásával megválaszolt kommentek hatásaiért (következményes károk, ügyfélreakciók, sajtófigyelem-hatás) a Szolgáltató felelőssége kizárt. (g) A Szolgáltató jogosult visszautasítani közérkölcsbe ütköző, hátrányos célcsoportokat célzó, uszító jellegű vagy a Megrendelő reputációját negatív irányba befolyásoló válaszadási kéréseket. A visszautasításról a Szolgáltató haladéktalanul tájékoztatja a Megrendelőt, és alternatív megoldást javasol.

A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.7. Hírlevél / E-mail Marketing

Archetípus: A) Folyamatos menedzsment szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Hírlevél / E-mail Marketing Management szolgáltatás tárgya a Megrendelő meglévő és potenciális ügyfeleivel strukturált, tudatosan felépített és üzletileg értelmezhető módon történő kapcsolattartás e-mail csatornán keresztül. A szolgáltatás az e-mail marketinget a teljes marketing és értékesítési rendszerbe illesztett kommunikációs csatornaként kezeli, amely magában foglalja a stratégiai tervezést, a tartalomkészítést, a kiküldés koordinálását és a teljesítményértékelést. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt csomag szintjének megfelelően különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) szöveges tartalomkészítés (törzsszöveg, tárgymezők, preheader, CTA-k); (b) alapszintű vizuális elemek előkészítése (képes blokkok, arculati elemek alkalmazása, e-mail-optimalizált formátum); (c) jóváhagyási és kiküldési folyamat menedzsmentje (tartalom-jóváhagyás, technikai kiküldés az egyeztetett időpontban);

(d) teljesítménymérés és KPI-követés (megnyitási arány, átkattintás, leiratkozás, adatbázis-változás); (e) havi riportálás és szakmai javaslatok (teljesítményértékelés, optimalizálási irányok megfogalmazása). A szolgáltatás tartalma és terjedelme minden esetben a megrendelt csomaghoz tartozó órakeret és scope szerint értelmezendő.

3. Kapcsolódó eseti szolgáltatás: Hírlevél/e-mail marketing stratégia tervezés

Az e-mail marketing stratégiai tervezés (célok, csatornaszerepe, tartalmi és küldési logika kialakítása) és a tartalmi/küldési logika meghatározása (e-mail típusok, gyakoriság, időzítés, funnel-szerep) különálló eseti szolgáltatásként rendelhető meg. Ezen eseti szolgáltatásra a projektalapú elszámolási modell alkalmazandó az Egyedi Szerződés szerint.

4. Nem része a szolgáltatásnak

A Hírlevél / E-mail Marketing Management szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) e-mail adatbázis építése, vásárlása vagy bővítése; (b) feliratkozási jogalapok, jogi megfelelés (pl. GDPR) biztosítása vagy auditálása; (c) CRM-rendszerek, külső adatforrások vagy egyedi integrációk fejlesztése; (d) komplex marketing automatizmusok és több lépcsős workflow-k technikai kiépítése; (e) egyedi vagy komplex HTML e-mail sablonfejlesztés; (f) fotózás, videógyártás vagy komplex grafikai munkák; (g) válságkommunikáció vagy rendkívüli, azonnali kiküldések; (h) harmadik fél tulajdonú adatbázisokra történő EDM kiküldés; (i) eredmény-, bevétel- vagy teljesítménygarancia vállalása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

5. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) az alkalmazott e-mail marketing rendszerhez szükséges admin vagy megfelelő jogosultságú hozzáférést biztosítani (pl. Brevo, ActiveCampaign); (b) a feliratkozási adatbázis kezeléséhez szükséges hozzáférést rendelkezésre bocsátani; (c) az e-mail küldés technikai alapfeltételeinek meglétét biztosítani (különösen domain hitelesítés: SPF, DKIM, DMARC); (d) a jóváhagyási körökben érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

6. Jóváhagyási és válaszadási rend

Az e-mail tartalmak jóváhagyása írásos formában történik. A Megrendelő az adott kiküldésre vonatkozóan egy kör módosítási javaslatot tehet. A jóváhagyás elmaradása vagy késedelme a kiküldés csúszását eredményezheti. A jóváhagyott e-mail tartalmak nem minősülnek eredménygaranciának.

7. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelve miatt (különösen hozzáférések, tartalmak vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama nem érinti az órakeret elszámolási logikáját.

8. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Hírlevél / E-mail Marketing Management szolgáltatás keretében az e-mail marketing tevékenység szakmai gondossággal történő megtervezéséért, tartalomkészítéséért és technikai kiküldéséért vállal felelősséget. Az e-mail szolgáltatók (pl. Gmail, Outlook) szűrési és kézbesítési algoritmusaiért, spam szűrésből vagy kézbesítési arányok változásából eredő teljesítményingadozásért, technikai rendszerhibákért, valamint piaci, szezonális vagy felhasználói viselkedésből fakadó hatásokért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

B) Projektalapú implementációs szolgáltatások

6.8. WordPress weboldal építés

Archetípus: B) Projektalapú implementációs szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A WordPress weboldal készítés szolgáltatás tárgya a Megrendelő számára projektalapú digitális szolgáltatásként egy WordPress alapú weboldal tervezése, fejlesztése, technikai beállításai és átadása, előre definiált fázisok mentén. A szolgáltatás célja egy strukturált, üzletileg értelmezhető és hosszú távon fenntartható digitális megoldás kialakítása. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt projekt terjedelméhez igazodva különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) strukturált onboarding és előkészítés (kick-off, üzleti célok, technikai előfeltételek rögzítése); (b) UX struktúra és információs architektúra kialakítása (oldaltérkép, wireframe-ek, felhasználói útvonalak); (c) UI design tervezés (vizuális koncepció, rezponzív megjelenés, konverziót támogató elemek); (d) WordPress alapú fejlesztés és technikai megvalósítás (CMS telepítés, frontend fejlesztés, plug-in beállítások); (e) tartalomfeltöltés a Megrendelő által biztosított anyagok alapján; (f) mérési és analitikai integráció (Google Analytics 4, Tag Manager, hirdetési pixelek); (g) tesztelés, hibajavítás és élesítés; (h) adminisztrációs hozzáférések átadása és projektlezárás. A szolgáltatás tartalma és

terjedelme minden esetben a megrendelt projekt egyedi ajánlata vagy szerződése szerint értelmezendő.

Felhasználási jogok: A véglegesített és kiegyenlített projekt esetén a weboldal felhasználási joga a Megrendelőt illeti meg időbeli és területi korlátozás nélkül. A felhasználási jog nem terjed ki harmadik fél licencekhez vagy előfizetésekhez kötött elemekre, stock fotók vagy plug-inek továbbértékesítésére, illetve a Szolgáltató belső know-how-jára, módszertanára vagy fejlesztési eszközeire.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A WordPress weboldal készítés szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) domain regisztráció és fenntartás; (b) tárhely- és hosting szolgáltatás; (c) harmadik fél szoftverek, plug-inek, licencek vagy előfizetések díjai; (d) tartalomírás, SEO szövegírás vagy szerkesztőségi munka; (e) fotózás, videógyártás, animáció vagy komplex grafikai munkák; (f) egyedi rendszerfejlesztés vagy üzletkritikus egyedi funkciók megvalósítása; (g) teljes körű SEO stratégia, UX audit vagy usability tesztelés; (h) folyamatos üzemeltetés, frissítés vagy support (külön megállapodás hiányában). A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) a projekt teljesítéséhez szükséges tartalmakat (szöveges és képi anyagok) határidőben biztosítani; (b) az üzleti döntéseket és arculati irányokat egyértelműen kommunikálni; (c) a szükséges hozzáféréseket (domain, hosting, analitikai rendszerek) határidőben rendelkezésre bocsátani; (d) a jóváhagyási pontokon érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A projekt során az alábbi fő jóváhagyási pontok kerülnek meghatározásra: UX struktúra jóváhagyása (oldaltérkép, információs architektúra, wireframe-ek), UI design jóváhagyása (vizuális koncepció és oldaltervek), valamint élesítés előtti állapot jóváhagyása (funkcionális és tartalmi ellenőrzés). A jóváhagyás írásos formában történik. A jóváhagyás elmaradása vagy késedelme a fejlesztési és élesítési fázist késleltetheti. A jóváhagyott tervek és anyagok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen tartalmak, hozzáférések, döntések vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a WordPress weboldal készítés szolgáltatás keretében a weboldal szakmai tervezéséért, fejlesztéséért és technikai átadásáért vállal felelősséget. Harmadik fél rendszereinek (pl. hosting, domain, fizetési szolgáltatók) működéséből, WordPress core, plug-in vagy sablon frissítésekből eredő kompatibilitási problémákból, valamint a Megrendelő adminisztratív használatából eredő hibákért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.9. Arculattervezés

Archetípus: B) Projektalapú implementációs szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

Az Arculattervezés szolgáltatás tárgya egy strukturált, tudatosan felépített és üzletileg értelmezhető márkaidentitás kialakítása, amely hosszú távon biztosítja a Megrendelő következetes megjelenését minden kommunikációs csatornán. A szolgáltatás kisarculat és/vagy nagyarculat logika mentén, projektalapú keretek között valósul meg. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt arculati szintnek (kisarculat / nagyarculat) megfelelően különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) strukturált onboarding és előkészítés (üzleti célok, brief, vizuális irányok rögzítése); (b) stratégiai és kreatív alapozás (arculati irány meghatározása, moodboard készítés); (c) logótervezés (3 koncepció, kiválasztott irány finomítása, véglegesítés); (d) színpaletta kialakítása (elsődleges és másodlagos márkaszínek); (e) tipográfia meghatározása (fő és kiegészítő betűtípusok, hierarchia); (f) kiegészítő arculati elemek kialakítása (ikonrendszer, grafikai minták, képhasználati irányelvek – nagyarculat esetén); (g) arculati kézikönyv (brand guide) elkészítése (nagyarculat esetén); (h) véglegesített arculati anyagok átadása digitális formában. A szolgáltatás tartalma és terjedelme minden esetben a megrendelt arculati szint és az egyedi ajánlat vagy szerződés szerint értelmezendő.

Felhasználási jogok: A Megrendelő a teljes mértékben kifizetett, véglegesített arculati anyagokra nem kizárólagos, időben és területileg korlátlan felhasználási jogot szerez. A szerzői jog a Szolgáltatót illeti meg. A Megrendelő felhasználási jogot szerez, nem tulajdonjogot. A Szolgáltató jogosult az elkészült arculati munkákat referenciaként bemutatni.

3. Nem része a szolgáltatásnak

Az Arculattervezés szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) teljes körű márkastratégia, brand audit vagy piackutatás; (b) márkanév-, szlogen- vagy domainnév-alkotás; (c) jogi védjegykutatás, levédetés vagy jogi tanácsadás; (d) weboldal, webshop vagy applikáció fejlesztése; (e) nyomdai előkészítés, gyártás vagy kivitelezés; (f) fotózás, videógyártás, animáció vagy illusztráció készítés; (g) social media, PPC vagy egyéb marketing kreatívok tényleges gyártása; (h) arculati elemek technikai implementálása (pl. CMS, hirdetési fiókok). A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) az arculattervezéshez szükséges üzleti információkat és vizuális irányokat biztosítani; (b) a meglévő arculati anyagokat (logó, színvilág, brand guide – amennyiben rendelkezésre állnak) rendelkezésre bocsátani; (c) a jóváhagyási pontokon érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni; (d) a Megrendelő által biztosított információk, brief vagy irányok pontosságáért felelősséget vállalni. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

Az arculattervezési folyamat szakaszos jóváhagyási rendszerben működik. Jóváhagyási pontok különösen: arculati irány és moodboard, logókonceptió(k), véglegesített arculati elemek, valamint brand guide (nagyarculat esetén). A jóváhagyás írásos formában történik. A jóváhagyás elmaradása vagy késedelme a kreatív fázisok megkezdését és a projekt ütemezését késleltetheti. A jóváhagyott arculati anyagok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen információk, arculati anyagok, visszajelzések vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató az Arculattervezés szolgáltatás keretében a márkaidentitás szakmai tervezéséért és kreatív kivitelezéséért vállal felelősséget. A vizuális arculat piaci fogadtatásáért, üzleti hatásáért, harmadik fél (ügynökség, fejlesztő, nyomda) általi helytelen felhasználásért, valamint a Megrendelő által biztosított információk pontatlanságából eredő következményekért a

Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.10. Kampánykreatív tervezés

Archetípus: B) Projekतालapú implementációs szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Kampánykreatív tervezés szolgáltatás tárgya kampánycélokat támogató kreatívanyagok (statikus, animált, carousel) tervezése és elkészítése hirdetési és kommunikációs platformokra. A szolgáltatás célja a Megrendelő marketing- és hirdetési kampányainak vizuális és szöveges kreatívokkal történő támogatása. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt projekt vagy órakeret terjedelméhez igazodva különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) strukturált onboarding és előkészítés (kampánycélok, brief, platformok, formátumok rögzítése); (b) kreatív stratégiai fázis (kampánycélok és kreatív szerep pontosítása, vizuális irány meghatározása); (c) vizuális kreatívok készítése (statikus képes hirdetések, egyszerű animált kreatívok, A/B variációk); (d) szöveges elemek elkészítése (headline-ok, CTA-k, rövid kiegészítő szövegek); (e) platformspecifikus tervezés (technikai követelmények, méretek, formátumok figyelembevétele); (f) jóváhagyási és módosítási körök kezelése; (g) véglegesített kreatívanyagok átadása publikálásra kész formátumban. A szolgáltatás tartalma és terjedelme minden esetben a megrendelt projekt vagy órakeret és az egyedi ajánlat szerint értelmezendő.

Felhasználási jogok: A Megrendelő a végleges kreatívanyagokra időben és földrajzilag nem korlátozott, nem kizárólagos felhasználási jogot szerez saját marketingkommunikációja során. A szerkeszthető forrásfájlok (pl. PSD, AI, Figma) nem részei az alap szolgáltatásnak, átadásuk külön megállapodás tárgyát képezi. A Szolgáltató jogosult a kreatívanyagokat referenciaként bemutatni.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Kampánykreatív tervezés szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) teljes körű kampánystratégia vagy médiatervezés; (b) PPC kampányok technikai beállítása, kezelése vagy optimalizálása; (c) közösségi média csatornák operatív menedzsmentje; (d) fotózás, videófelvétel, utómunka vagy komplex animációk gyártása; (e) jogi, egészségügyi vagy pénzügyi tartalmak szakmai hitelesítése; (f) arcattervezés vagy teljes körű vizuális azonosság

kialakítása; (g) eredmény-, teljesítmény- vagy bevételgarancia vállalása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) a logót és arculati alapelveket (amennyiben rendelkezésre állnak) biztosítani; (b) a kampányüzeneteket, ajánlatot, USP-t és CTA-kat egyértelműen kommunikálni; (c) tiltott vagy kerülendő témákat, illetve jogilag érzékeny tartalmakat előzetesen jelezni; (d) a jóváhagyási körökben érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A kreatívanyagok jóváhagyása kizárólag írásos formában történik. Alapértelmezetten kreatívonként 1 módosítási kör biztosított, amely az adott kreatív finomhangolására irányul. A jóváhagyás elmaradása vagy késedelme a kreatívok elkészítését és a kampányindítást késleltetheti. A jóváhagyott kreatívanyagok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen anyagátadás, brief vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Kampánykreatív tervezés szolgáltatás keretében a kreatívanyagok szakmai tervezéséért és kivitelezéséért vállal felelősséget. A hirdetési platformok működéséből, algoritmusváltozásokból, fiókkorlátozásokból, kampánycélzásból, piaci és szezonális hatásokból, valamint harmadik fél rendszereinek hibáiból eredő teljesítményváltozásokért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.11. Tracking implementáció

Archetípus: B) Projektalapú implementációs szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Tracking implementáció szolgáltatás tárgya a Megrendelő weboldalának méréspont-rendszerének megtervezése és telepítése. Scope: Google Analytics 4 (GA4), Google Tag Manager (GTM) és Facebook/Meta Pixel implementáció. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) mérési terv készítése; (b) GA4 property beállítás és konfiguráció; (c) GTM container beállítás és tagek, triggerek, változók konfigurálása; (d) Facebook/Meta Pixel telepítés és esemény-konfiguráció; (e) teszt-konverziók futtatása minden platformon; (f) átadási-átvételi jegyzőkönyv készítése. A szolgáltatás tartalma a megrendelt projekt scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Tracking implementáció szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) server-side tracking implementáció (lásd 6.11/B); (b) egyedi dashboard/riport készítés; (c) CRM integráció; (d) eredmény-, bevétel- vagy teljesítménygarancia. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) admin szintű hozzáférés biztosítása a weboldalhoz (WordPress admin, CMS admin); (b) Google Analytics és Google Tag Manager fiók hozzáférés biztosítása; (c) Facebook Business Manager hozzáférés biztosítása; (d) mérési terv jóváhagyása a megadott határidőn belül. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Tracking implementáció során a következő jóváhagyási pontok vannak: (1) Mérési terv jóváhagyása — mely konverzióesemények kerülnek mérésre, milyen platformokon, milyen paraméterekkel. A Megrendelő jóváhagyja a mérési tervet, mielőtt a Szolgáltató implementálásba kezd. (2) Implementálás — a Szolgáltató tájékoztatja a Megrendelőt az előrehaladásról. (3) Átadás-átvétel — a Szolgáltató teszt-konverziókat futtat minden platformon, és átadási-átvételi jegyzőkönyvet készít. A Megrendelő ellenőrzi a teszt-eredményeket, és jóváhagyja a tracking rendszer átadását. A jóváhagyott mérési terv alapján készült tracking rendszer nem minősül eredménygaranciának. Jóváhagyási késedelem esetén a projekt timeline ennek megfelelően módosul.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelve miatt (különösen hozzáférések, technikai környezet biztosítása, jóváhagyás hiánya) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A teljesítési határidőt az Egyedi Szerződés határozza meg.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Tracking implementáció szolgáltatás keretében szakmai javaslattevésért és kivitelezésért vállal felelősséget. A Szolgáltató nem vállal felelősséget különösen az alábbiakért: harmadik fél marketing platformok (Google Analytics 4, Google Tag Manager, Facebook/Meta Pixel) által okozott adatvesztés vagy mérési pontatlanság; platformok által történő algoritmusváltozások vagy API-módosítások hatása a tracking rendszerek működésére; a Megrendelő weboldalának technikai korlátaival (lassú betöltődés, JavaScript hibák, CMS korlátozások) összefüggő tracking problémák; a tracking rendszer beállítása utáni weboldalmodosítások által okozott mérési hibák; harmadik fél sütielfogadó jogszabályok (GDPR, cookie consent) hatása a tracking pontosságára. A tracking implementáció a Megrendelő weboldalának technikai környezetét és struktúráját adottként kezeli. A szolgáltatás gondossági kötelmet foglal magában. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.11/B. Server-side tracking implementáció

Archetípus: B) Projektalapú implementációs szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Server-side tracking implementáció szolgáltatás tárgya a szerveren futó méréspont-rendszerek (server-side GTM, Conversions API stb.) megtervezése és telepítése. A szolgáltatás külön szolgáltatásként rendelhető meg. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) server-side mérési terv készítése; (b) server-side GTM container beállítás és konfiguráció; (c) Meta Conversions API implementáció; (d) szerver-környezet konfigurálás (Google Cloud, AWS, egyéb); (e) teszt-konverziók futtatása; (f) átadási-átvételi jegyzőkönyv készítése. A szolgáltatás tartalma a megrendelt projekt scope-jának megfelelően értelmezendő. A szolgáltatásra a projekthalapú elszámolási modell alkalmazandó az Egyedi Szerződés szerint.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Server-side tracking implementáció nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) kliens-oldali tracking implementáció (lásd 6.11); (b) szerver hosting költségek; (c) egyedi dashboard/riport készítés; (d) eredmény-, bevétel- vagy teljesítménygarancia.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) szerver-hozzáférés biztosítása a server-side implementációhoz; (b) Google Tag Manager és Facebook Business Manager hozzáférés biztosítása; (c) mérési terv jóváhagyása a megadott határidőn belül.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Server-side tracking implementáció jóváhagyási rendje megegyezik a 6.11 Tracking implementáció jóváhagyási rendjével.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelve miatt csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A teljesítési határidőt az Egyedi Szerződés határozza meg.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Server-side tracking implementáció keretében szakmai javaslattevésért és kivitelezésért vállal felelősséget. A szerver-infrastruktúra működéséből, harmadik fél platformok API-változásaiból, valamint a Megrendelő szerver-környezetének korlátaiból eredő problémákért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás gondossági kötelmet foglal magában.

6.12. Landing page építés (Brizy)

Archetípus: B) Projekttalpu implementációs szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Landing page építés (Brizy) szolgáltatás tárgya a Megrendelő számára konverziófókuszú landing page megtervezése és megépítése Brizy page builder platformon. Alapértelmezetten a szolgáltatás 1 (egy) darab one-pager landing page-et tartalmaz, maximum 5 (öt) blokkból állóan (pl. hero szekció, értékaianlat, szolgáltatás bemutatás, vélemények/referenciák, CTA/kapcsolatfelvételi űrlap). Az Egyedi Szerződés a blokkok számára és az oldalak számára

vonatkozóan eltérhet. A teljesítési határidőt az Egyedi Szerződés határozza meg. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) landing page terv és wireframe készítése; (b) landing page design és építés Brizy page builder platformon; (c) reszponzív megjelenés biztosítása (mobil, tablet, desktop); (d) CTA elemek és űrlapok beépítése; (e) alapszintű SEO beállítások (meta cím, meta leírás); (f) teszt és minőségbiztosítás (betöltődés, formok működése, konverziómérés ellenőrzése). A szolgáltatás tartalma a megrendelt projekt scope-jának megfelelően értelmezendő. A szolgáltatásra a projektalapú elszámolási modell alkalmazandó az Egyedi Szerződés szerint.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Landing page építés szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) tartalomkészítés (szöveg, képek, grafika) — külön szolgáltatásként rendelhető meg; (b) egyedi domain regisztráció és DNS beállítás; (c) egyedi tracking implementáció (lásd 6.11); (d) CRM vagy marketing automatizációs integráció; (e) a kész weboldal hostingja; (f) kész weboldal migrációja a Szolgáltató ügynökségi rendszeréből; (g) eredmény-, bevétel- vagy teljesítménygarancia. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) részletes brief biztosítása a landing page céljáról, célcsoportjáról és az elvárt konverziós akcióról; (b) tartalmi anyagok (szöveg, képek, logó) biztosítása a landing page építéséhez; (c) márkaelemek (brand guide, színek, betűtípusok) átadása; (d) a jóváhagyási pontokon érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni. A Brizy page builder licencet a Szolgáltató biztosítja a szolgáltatás időtartamára a saját ügynökségi fiókján keresztül. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Landing page építés során a következő jóváhagyási pontok vannak: (1) Landing page terv jóváhagyása — a Szolgáltató megosztja a landing page tervét (cél, tartalmi keretek, design preferenciák) a Megrendelővel. A Megrendelő jóváhagyja a tervet, mielőtt a Szolgáltató építésbe kezd. (2) Implementálás — a Szolgáltató landing page designt készít (draft nézet Brizy-ben), és megosztja a Megrendelővel. A Megrendelő jóváhagyja a designt, vagy módosítási kérelmet kér. (3) Átadás-átvétel — a landing page közzétételre kerül. A Megrendelő ellenőrzi a kész landing page-et (betöltődés, formok, konverziómérés), és jóváhagyja az átadást. A jóváhagyott landing page terv alapján készült landing page nem minősül

eredménygaranciának. Jóváhagyási késedelem esetén a projekt timeline ennek megfelelően módosul.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, tartalmi anyagok biztosítása, jóváhagyás hiánya) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének modulációjával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének. A mérföldkövek utólagos módosítása a felek egyeztetésének függvényében lehetséges.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Landing page építés szolgáltatás keretében szakmai javaslatételért és kivitelezésért vállal felelősséget. A Szolgáltató nem vállal felelősséget különösen az alábbiakért: Brizy page builder platform (Brizy, WordPress) korlátozásai (funkciók, pluginek, integráció korlátozások); a Megrendelő weboldalának technikai korlátaival (lassú betöltődés, hosting problémák, CMS korlátozások) összefüggő landing page problémák; Brizy page builder által történő platformváltások vagy API-módosítások hatása a landing page működésére; a landing page közzététele utáni weboldal-módosítások által okozott landing page hibák; harmadik fél integráció (CRM, e-mail marketing rendszer, marketing automatizációs rendszer) hibái a landing page formok működésében. A Landing page építés a Brizy page builder platformjának funkcionalitására épül. A szolgáltatás gondossági kötelmet foglal magában. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.13. Chatbot építés

Archetípus: B) Projekतालapú implementációs szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Chatbot építés szolgáltatás tárgya a Megrendelő számára automatizált chatbot megoldás megtervezése és megépítése harmadik feles SaaS chatbot platformon. A szolgáltatás a chatbot flow tervezését, az üzenetek konfigurálását és a tesztelést foglalja magában. A teljesítési határidőt az Egyedi Szerződés határozza meg. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) chatbot flow terv készítése (kérdés-válasz struktúra, döntési fák, workflow-k); (b) chatbot üzenetek és válaszok

konfigurálása a választott SaaS platformon; (c) chatbot tesztelése és minőségbiztosítása; (d) chatbot élesítése és átadása. A szolgáltatás tartalma a megrendelt projekt scope-jának megfelelően értelmezendő. A szolgáltatásra a projektalapú elszámolási modell alkalmazandó az Egyedi Szerződés szerint.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Chatbot építés szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) CRM integráció (külön szolgáltatásként rendelhető meg); (b) a chatbot SaaS platform előfizetési díja (a Megrendelő felelőssége); (c) chatbot tartalom folyamatos frissítése és karbantartása az átadás után; (d) mesterséges intelligencia alapú chatbot fejlesztés; (e) eredmény-, bevétel- vagy teljesítménygarancia. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) részletes brief biztosítása a chatbot céljáról, a megválaszolandó kérdésekről és a kívánt workflow-król; (b) chatbot SaaS platform hozzáférés biztosítása; (c) a jóváhagyási pontokon érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Chatbot építés során a következő jóváhagyási pontok vannak: (1) Chatbot flow terv jóváhagyása — a Szolgáltató megosztja a chatbot flow tervét (milyen kérdésekre válaszol, milyen workflow-k vannak) a Megrendelővel. A Megrendelő jóváhagyja a tervet, mielőtt a Szolgáltató építésbe kezd. (2) Implementálás — a Szolgáltató chatbot üzeneteinek tervezetét készíti. A Megrendelő jóváhagyja az üzeneteket, vagy módosítási kérelmet kér. (3) Átadás-átvétel — a Szolgáltató chatbot tesztelését ellenőrzi a Megrendelővel együtt. A Megrendelő ellenőrzi a kész chatbot-ot (minden workflow, minden kérdés-válasz pár), és jóváhagyja az átadást. A jóváhagyott chatbot flow terv alapján készült chatbot nem minősül eredménygaranciának. Jóváhagyási késedelem esetén a projekt timeline ennek megfelelően módosul.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, tartalmi anyagok biztosítása, jóváhagyás hiánya) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének modulációjával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének. A mérföldkövek utólagos módosítása a felek egyeztetésének függvényében lehetséges.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Chatbot építés szolgáltatás keretében szakmai javaslattevésért és kivitelezésért vállal felelősséget. A Szolgáltató nem vállal felelősséget különösen az alábbiakért: a harmadik feles SaaS chatbot platform korlátozásai (funkciók, integráció korlátozások); a chatbot platform által történő platformváltozások vagy API-módosítások hatása a chatbot működésére; a chatbot építés utáni tartalmi módosítások által okozott chatbot hibák; harmadik fél integráció (CRM, e-mail marketing rendszer, marketing automatizációs rendszer) hibái a chatbot lead-gyűjtésében. A Chatbot építés a választott harmadik feles SaaS chatbot platform funkcionalitására épül. A szolgáltatás gondossági kötelezést foglal magában. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.14. Hírlevél rendszerbeállítás

Archetípus: B) Projektalapú implementációs szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Hírlevél rendszerbeállítás szolgáltatás tárgya a Megrendelő Brevo (korábban Sendinblue) hírlevél rendszerének beállítása, konfigurálása és az első e-mail sablon elkészítése. A szolgáltatás alapértelmezetten 1 (egy) darab e-mail sablon készítését tartalmazza; az Egyedi Szerződés ettől eltérhet. A teljesítési határidőt az Egyedi Szerződés határozza meg. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) Brevo fiók beállítása és konfigurálása; (b) DNS-autentikáció beállítása (SPF, DKIM, DMARC); (c) 1 darab e-mail sablon megtervezése és elkészítése a Megrendelő brand guideline-ja szerint; (d) teszt-hírlevél kiküldése és spam-teszt; (e) feliratkozási űrlap beállítása (opcionális, az Egyedi Szerződés szerint); (f) rendszer átadása a Megrendelőnek. A szolgáltatás tartalma a megrendelt projekt scope-jának megfelelően értelmezendő. A szolgáltatásra a projekthalapú elszámolási modell alkalmazandó az Egyedi Szerződés szerint.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Hírlevél rendszerbeállítás szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) hírlevél tartalom készítése (szöveg, képek) az első sablon elkészítésén túl; (b) folyamatos hírlevél menedzsment és kiküldés a beállítás után; (c) lista-szegmentálás és adatbázis-kezelés; (d) marketing automatizációs flow-k kiépítése; (e) Brevo platform előfizetési díja (a Megrendelő

felelőssége); (f) eredmény-, bevétel- vagy teljesítménygarancia. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) Brevo fiók létrehozása és hozzáférés biztosítása a Szolgáltató számára; (b) domain DNS-kezeléshez szükséges hozzáférés biztosítása (SPF, DKIM, DMARC beállításához); (c) márkaelemek (logó, színek, betűtípusok, brand guide) biztosítása az e-mail sablon elkészítéséhez; (d) a jóváhagyási pontokon érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Hírlevél rendszerbeállítás során a következő jóváhagyási pontok vannak: (1) Hírlevél rendszer kiválasztás jóváhagyása — a Szolgáltató javaslatot tesz, hogy milyen hírlevél rendszert érdemes használni. A Megrendelő jóváhagyja a kiválasztást. (2) Implementálás — a Szolgáltató e-mail sablon(ok) tervezetét készíti a Megrendelő brand guideline-ja szerint. A Megrendelő jóváhagyja az e-mail sablon(ok)at, vagy módosítási kérelmet kér. A Szolgáltató beállítja a DNS-autentikációt (SPF, DKIM, DMARC). A Megrendelő ellenőrzi a DNS rekordokat (vagy a Szolgáltató teszt-hírlevéllel validálja). (3) Átadás-átvétel — a Szolgáltató teszt-hírlevelet küld. A Megrendelő ellenőrzi a teszt-hírlevelet (spam-tesztek, megjelenés-tesztek), és jóváhagyja az átadást. A jóváhagyott hírlevél rendszer beállítása nem minősül eredménygaranciának. Jóváhagyási késedelem esetén a projekt timeline ennek megfelelően módosul.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, tartalmi anyagok biztosítása, jóváhagyás hiánya) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének modulációjával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének. A mérföldkövek utólagos módosítása a felek egyeztetésének függvényében lehetséges.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Hírlevél rendszerbeállítás szolgáltatás keretében szakmai javaslattevéért és kivitelezésért vállal felelősséget. A Szolgáltató nem vállal felelősséget különösen az alábbiakért: a Brevo platform korlátozásai (funkciók, integráció korlátozások); e-mail szolgáltatói spam-szűrők által okozott hírlevél delivery problémák (a DNS-autentikáció beállítása ellenére); a Megrendelő domain reputációja által okozott hírlevél delivery problémák; harmadik fél integráció (weboldal, CRM, landing page platform, egyéb) hibái a hírlevél rendszerben; a Brevo platform által történő platformváltások vagy API-módosítások hatása a hírlevél rendszer működésére.

A Hírlevél rendszerbeállítás a Brevo platform funkcionalitására épül. A szolgáltatás gondossági kötelmet foglal magában. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

C) Diagnosztikai audit szolgáltatások

6.15. PPC Audit

Archetípus: C) Diagnosztikai audit szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A PPC Audit szolgáltatás tárgya a Megrendelő fizetett hirdetési fiókjainak (különösen Google Ads, Meta Ads és Microsoft Ads) teljes körű felmérése és optimalizálási ajánlásainak kidolgozása. A szolgáltatás célja a meglévő PPC kampányok hatékonyságának növelése, a pazarlás csökkentése és a konverziók optimalizálása strukturált, adat alapú elemzés alapján. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) fiókstruktúra elemzés (kampányok, hirdetéscsoportok, kulcsszavak); (b) célzási és szegmentációs audit; (c) bidding stratégiai elemzés; (d) kreatív és hirdetés audit; (e) konverziókövetés és mérési audit; (f) Quality Score és relevancia elemzés; (g) költség és teljesítménytrend elemzés; (h) részletes audit riport és optimalizálási ajánlások. A szolgáltatás tartalma a megrendelt audit scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A PPC Audit szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) az audit ajánlásainak implementálása a Megrendelő fiókjaiban; (b) a fiók folyamatos menedzsmentje, optimalizálása és riportálása az audit után; (c) új kampányok tervezése és kivitelezése; (d) landing page-ek fejlesztése vagy áttervezése; (e) kreatívok (hirdetésszövegek, bannerek, videók) elkészítése; (f) egyedi tracking rendszer kiépítése vagy Google Tag Manager módosítások; (g) harmadik fél platformok (Google Ads, Meta Ads) hirdetési költségei. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) admin szintű hozzáférés biztosítása a releváns PPC platformokhoz (Google Ads, Meta Business Manager); (b) admin vagy Viewer hozzáférés biztosítása a Google Analytics fiókhoz (ha használja); (c) meglévő riportok, korábbi elemzések, üzleti célok és KPI-ok

írásbeli átadása (ha van); (d) kickoff egyeztetésben való részvétel; (e) az audit riport átadási meetingben való részvétel. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A PPC Audit diagnosztikai jellege miatt nincs jóváhagyási kör a folyamat során. Az audit riport készülte után a Szolgáltató bemutatja a megállapításokat és ajánlásokat egy átadási meetingben, ahol a Megrendelő kérdéseit és észrevételeit meghallgatják. A riport alapján a Megrendelő dönthet az ajánlások implementálásáról, amely külön megállapodás tárgyát képezi.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, anyagátadás vagy egyeztetések hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a PPC Audit riportban megfogalmazott ajánlások szakmai megalapozottságáért vállal felelősséget a Ptk. 6:123. § szerinti gondossági kötelem alapján. Az optimalizálási ajánlások implementálásának eredményéért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. Az ajánlások adatalapú elemzésen alapulnak, de az eredmény a Google Ads, Meta Ads és Microsoft Ads platformok algoritmusváltozásaitól, a piaci körülményektől, a versenykörnyezettől és a landing page-ek minőségétől függ. Az audit ajánlásainak implementálása a Megrendelő döntése és felelőssége, vagy külön díjazás ellenében a Szolgáltató PPC Management szolgáltatása keretében vehető igénybe. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.16. Social Media Audit

Archetípus: C) Diagnosztikai audit szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Social Media Audit szolgáltatás tárgya a Megrendelő social media jelenlétének (különösen Facebook, Instagram, LinkedIn és TikTok) teljes körű felmérése és optimalizálási ajánlásainak kidolgozása. A szolgáltatás célja a meglévő social media stratégia hatékonyságának növelése, a követőbázis engagement-jének javítása, valamint az organikus és fizetett tartalmak

teljesítményének optimalizálása strukturált, adatalapú elemzés alapján. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) jelenlét és profil audit; (b) tartalomstratégiai elemzés; (c) követőbázis és demográfia elemzés; (d) engagement metrikai audit; (e) organikus vs. paid tartalom elemzés; (f) hashtag és keyword stratégia; (g) platform-specifikus ajánlások; (h) részletes audit riport és optimalizálási ajánlások. A szolgáltatás tartalma a megrendelt audit scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Social Media Audit szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) az audit ajánlásainak implementálása; (b) a social media fiókok folyamatos menedzsmentje, tartalomkészítése és riportálása az audit után; (c) új tartalmak (kép, videó, grafika) tervezése és elkészítése; (d) fizetett social media kampányok tervezése és menedzsmentje; (e) influencer kampányok szervezése és lebonyolítása; (f) közösségépítés (community management), kommentek és üzenetek moderálása; (g) harmadik fél platformok (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok) hirdetési költségei. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) admin szintű hozzáférés biztosítása a releváns social media platformokhoz (Facebook Business Manager, Instagram, LinkedIn, TikTok); (b) meglévő tartalomterv, korábbi elemzések, üzleti célok és KPI-ok írásbeli átadása (ha van); (c) kickoff egyeztetésben való részvétel; (d) az audit riport átadási meetingben való részvétel. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Social Media Audit diagnosztikai jellege miatt nincs jóváhagyási kör a folyamat során. Az audit riport készülte után a Szolgáltató bemutatja a megállapításokat és ajánlásokat egy átadási meetingben, ahol a Megrendelő kérdéseit és észrevételeit meghallgatják. A riport alapján a Megrendelő dönthet az ajánlások implementálásáról, amely külön megállapodás tárgyát képezi.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, anyagátadás vagy egyeztetések hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem

vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Social Media Audit riportban megfogalmazott ajánlások szakmai megalapozottságáért vállal felelősséget a Ptk. 6:123. § szerinti gondossági kötelem alapján. Az optimalizálási ajánlások implementálásának eredményéért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. Az ajánlások adatalapú elemzésen alapulnak, de az eredmény a Facebook, Instagram, LinkedIn és TikTok platformok algoritmusváltozásaitól, a követőbázis reakcióitól, a tartalomminőségtől és a versenykörnyezettől függ. Az audit ajánlásainak implementálása a Megrendelő döntése és felelőssége, vagy külön díjazás ellenében a Szolgáltató Social Media Management szolgáltatása keretében vehető igénybe. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.17. Weboldal / UX Audit

Archetípus: C) Diagnosztikai audit szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Weboldal/UX Audit szolgáltatás tárgya a Megrendelő weboldalának technikai, UX (felhasználói élmény) és konverzióoptimalizálási szempontból történő teljes körű felmérése és optimalizálási ajánlásainak kidolgozása. A szolgáltatás célja a weboldal teljesítményének javítása, a felhasználói élmény növelése és a konverziók optimalizálása strukturált, adatalapú elemzés alapján. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) technikai audit (oldalbetöltési sebesség, Core Web Vitals, mobil-optimalizálás); (b) UX és navigációs audit; (c) konverzióoptimalizálás (CTA-k, űrlapok, konverziós utak elemzése); (d) mobil UX audit; (e) tartalom és vizuális elemzés; (f) accessibility (A11Y) alapok; (g) részletes audit riport és optimalizálási ajánlások. A szolgáltatás tartalma a megrendelt audit scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Weboldal/UX Audit szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) az audit ajánlásainak implementálása; (b) a weboldal folyamatos karbantartása, frissítése és optimalizálása az audit után; (c) új oldalak tervezése és fejlesztése; (d) tartalomkészítés

(szöveg, kép, videó); (e) SEO audit (az SEO alapok elemzése nem része a Weboldal/UX Audit szolgáltatásnak; SEO audit külön szolgáltatás); (f) SEO stratégiai tervezés és folyamatos SEO munka; (g) heatmap és scroll map eszközök beállítása (pl. Hotjar, Crazy Egg); (h) harmadik fél eszközök (Google Analytics, Google Search Console) használati díjai. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) admin szintű hozzáférés biztosítása a weboldal backendjéhez (WordPress admin, CMS admin); (b) admin vagy Viewer hozzáférés biztosítása a Google Analytics és Google Search Console fiókhoz (ha használja); (c) meglévő technikai dokumentáció, korábbi audit riportok, üzleti célok és KPI-ok írásbeli átadása (ha van); (d) kickoff egyeztetésben való részvétel; (e) az audit riport átadási meetingben való részvétel. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Weboldal/UX Audit diagnosztikai jellege miatt nincs jóváhagyási kör a folyamat során. Az audit riport készülte után a Szolgáltató bemutatja a megállapításokat és ajánlásokat egy átadási meetingben, ahol a Megrendelő kérdéseit és észrevételeit meghallgatják. A riport alapján a Megrendelő dönthet az ajánlások implementálásáról, amely külön megállapodás tárgyát képezi.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, anyagátadás vagy egyeztetések hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Weboldal/UX Audit riportban megfogalmazott ajánlások szakmai megalapozottságáért vállal felelősséget a Ptk. 6:123. § szerinti gondossági kötelem alapján. Az optimalizálási ajánlások implementálásának eredményéért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. Az ajánlások adatalapú elemzésen alapulnak, de az eredmény a technikai implementációtól, a tartalomminőségtől, a látogatói magatartástól, a Google Analytics 4 és Google Search Console adataitól, valamint a versenykörnyezettől függ. Az audit ajánlásainak implementálása a Megrendelő döntése és felelőssége, vagy külön díjazás ellenében a Szolgáltató fejlesztési szolgáltatása keretében vehető igénybe. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.18. Tracking / mérési audit

Archetípus: C) Diagnosztikai audit szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Tracking/mérési audit szolgáltatás tárgya a Megrendelő mérésipont-rendszereinek (különösen Google Analytics 4, Google Tag Manager és Meta Pixel) teljes körű felmérése és optimalizálási ajánlásainak kidolgozása. A szolgáltatás célja az adatgyűjtés helyességének biztosítása, a konverziómérés pontosságának javítása, az adateltérések feltárása, valamint a mérésipont-platform-integráció ellenőrzése strukturált, adatalapú elemzés alapján. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) Google Analytics 4 (GA4) audit; (b) Google Tag Manager (GTM) audit; (c) Facebook Pixel (Meta Pixel) audit; (d) konverziómérés pontosság ellenőrzése; (e) adateltérések és adathiányok feltárása; (f) privacy és compliance ellenőrzés (GDPR, cookie consent); (g) egyéb mérésipontok auditja (opcionális: LinkedIn Insight Tag, TikTok Pixel, Microsoft UET); (h) részletes audit riport és javítási ajánlások. A szolgáltatás tartalma a megrendelt audit scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Tracking/mérési audit szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) az audit ajánlásainak implementálása; (b) a tracking rendszer folyamatos karbantartása és monitoringja az audit után; (c) új események, konverziók tervezése és implementálása; (d) custom riportok és dashboardok készítése (Google Analytics, Looker Studio); (e) marketing automatizáció és CRM rendszerek integrációja; (f) adatbázis és backend rendszer módosítások; (g) harmadik fél eszközök (Google Analytics, Google Tag Manager, Meta Pixel) használati díjai. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) admin szintű hozzáférés biztosítása a releváns mérésipont-rendszerekhez (Google Analytics, Google Tag Manager, Facebook Business Manager); (b) admin vagy Editor hozzáférés biztosítása a weboldal backendjéhez (ha GTM implementáció vagy technikai ellenőrzés szükséges); (c) meglévő technikai dokumentáció, korábbi tracking beállítások, üzleti célok és KPI-ok írásbeli átadása (ha van); (d) kickoff egyeztetésben való részvétel; (e) az audit riport átadási meetingben való részvétel. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Tracking/mérési audit diagnosztikai jellege miatt nincs jóváhagyási kör a folyamat során. Az audit riport készülte után a Szolgáltató bemutatja a megállapításokat és javítási ajánlásokat egy átadási meetingben, ahol a Megrendelő kérdéseit és észrevételeit meghallgatják. A riport alapján a Megrendelő dönthet az ajánlások implementálásáról, amely külön megállapodás tárgyát képezi.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen hozzáférések, anyagátadás vagy egyeztetések hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Tracking/mérési audit riportban megfogalmazott javítási ajánlások szakmai megalapozottságáért vállal felelősséget a Ptk. 6:123. § szerinti gondossági kötelem alapján. Az optimalizálási ajánlások implementálásának eredményéért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. Az ajánlások adatalapú elemzésen alapulnak, de az eredmény a technikai implementációtól, a Google Analytics 4, Google Tag Manager és Meta Pixel platformok algoritmusváltozásaitól, a weboldal struktúrájától és a forgalom jellegétől függ. Az audit ajánlásainak implementálása a Megrendelő döntése és felelőssége, vagy külön díjazás ellenében a Szolgáltató Tracking implementáció szolgáltatása keretében vehető igénybe. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

D) Stratégiai workshop szolgáltatások

6.19. Marketing stratégiai workshop

Archetípus: D) Stratégiai workshop szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Marketing stratégiai workshop szolgáltatás tárgya a Megrendelő átfogó marketing stratégiájának közös munka keretében történő kidolgozása. A workshop során a célcsoport-definíciótól a pozicionáláson át a csatornaválasztásig és KPI-keretekig minden lényeges stratégiai döntési pontot közösen végigvesszünk. A szolgáltatás napon belüli, maximálisan 4 órás interaktív workshopból áll, amelyet 1 hetes előkészítő fázis előz meg, és 2

hetes utómunka követ (dokumentálás, összefoglaló készítése). A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) előzetes briefing kitöltése és meglévő marketing anyagok, riportok áttekintése; (b) workshop agenda véglegesítése és előkészítő egyeztetés; (c) célcsoport-definíció és buyer persona kidolgozás; (d) márkapozícionálás és versenytársi pozícionálás meghatározása; (e) kommunikációs üzenetek és tone of voice rögzítése; (f) csatornaválasztás és csatornastratégia (PPC, Social, E-mail) kidolgozása; (g) KPI-keretek és mérési elvek meghatározása; (h) implementációs akcióterv vázlata; (i) marketing stratégiai dokumentum készítése és workshop összefoglaló. A szolgáltatás tartalma a megrendelt workshop scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Marketing stratégiai workshop szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) az ajánlások és stratégiai keretek implementálása (pl. kampányok beállítása, tartalmak létrehozása); (b) a folyamatos stratégiai tanácsadás és stratégiai kísérés a workshop után; (c) a kampányok, tartalmak, kreatívok konkrét létrehozása és produkálása; (d) a digitális marketing csatornák technikai beállítása és kampányindítás; (e) a részletes kampánytervezés (média terv, tartalom terv, kampánystruktúra); (f) a workshop során született stratégiai irányok teljesítményének mérése és optimalizálása; (g) a workshop kimeneteleinek (stratégia, akcióterv) implementálása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) előzetes briefing kitöltése részletesen (vállalkozás céljai, piaci helyzet, jelenlegi marketing tevékenységek, célcsoport elképzelések); (b) meglévő marketing anyagok, riportok, kampányadatok, versenytársi elemzések átadása a workshop előtt 15 munkanappal; (c) releváns döntéshozók és marketingfelelősök jelenléte a workshop során (tulajdonos, marketing vezető, termékfelelős); (d) stratégiai döntések meghozatalára jogosult személyek folyamatos jelenléte a workshop során; (e) a workshop agenda és stratégiai dokumentum jóváhagyása az egyeztetett határidőn belül. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Marketing stratégiai workshop két jóváhagyási pontot tartalmaz: (1) workshop agenda jóváhagyása legalább 5 munkanappal a workshop előtt, amely tartalmazza a végleges témakörök és időbeosztás rögzítését; (2) workshop összefoglaló dokumentum jóváhagyása 5

munkanapon belül az átadás után, amely tartalmazza a marketing stratégiai dokumentumot és a workshop jegyzőkönyvét. A jóváhagyás során 1 módosítási kör biztosított a stratégiai dokumentum tartalmára vonatkozóan (formázás, fogalmazás finomítás, kisebb tartalmi kiegészítések). A stratégiai keretek jelentős átdolgozása külön díjazás ellenében lehetséges. A jóváhagyott workshop dokumentumok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

A workshop időpontjának Megrendelő általi első halasztása ingyenes, feltétel nélkül. Minden további halasztás esetén a Megrendelő a szolgáltatási díj 20%-ának megfelelő kötbért köteles fizetni alkalmanként. A Szolgáltató jogosult a halasztást visszautasítani, ha az az eredeti időpont előtt 5 munkanapnál rövidebb idővel történik. A workshop elmaradása vagy visszavonása a Megrendelő érdekköréből a szolgáltatási díj fizetési kötelezettségét nem érinti, amennyiben az eredeti időpont előtt 10 munkanapnál rövidebb idővel történik. Az új időpont a Felek egyeztetésének függvényében kerül meghatározásra.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a workshop keretében adott ajánlások és stratégiai irányok szakmai megalapozottságáért vállal felelősséget. A workshop kimeneteleinek (stratégia, akcióterv, ajánlások) implementálása a Megrendelő döntése és felelőssége. A workshop tartalma az előzetes briefing és a résztvevők által szolgáltatott információkon alapul — a Szolgáltató nem vállal felelősséget a Megrendelő által szolgáltatott információk pontosságáért és teljességéért. A piaci változások, versenytársi lépések, digitális marketing csatornák algoritmusváltozásainak hatásaiért, amelyek a workshop után következnek be, a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.20. PPC / Performance workshop

Archetípus: D) Stratégiai workshop szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A PPC / Performance workshop szolgáltatás tárgya a Megrendelő PPC és performance marketing stratégiájának közös munka keretében történő kidolgozása. A workshop során a kampánystruktúra tervezésétől a célzási logikán át a konverziókövetésig, bidding stratégiáig és büdzsé-allokációig minden lényeges performance marketing döntési pontot közösen végigvesszünk. A szolgáltatás 1 alkalommal maximálisan 4 órás interaktív workshopból áll, amelyet 1 hetes előkészítő fázis előz meg, és 2 hetes utómunka követ (dokumentálás, összefoglaló készítése). A workshop során a Szolgáltató performance marketing facilitátorként

és szakértőként segíti a Megrendelőt a PPC stratégiai keretek kialakításában. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) előzetes briefing kitöltése és meglévő kampánystruktúra, teljesítményadatok áttekintése; (b) workshop agenda véglegesítése és előkészítő egyeztetés; (c) kampánystruktúra tervezés (kampánytípusok, hirdetéscsoportok, kulcsszavak/célzások); (d) célzási logika kidolgozás (kulcsszókutatás, közönségsegmentálás, remarketinglisták); (e) konverziókövetés és mérési struktúra tervezése; (f) bidding stratégia meghatározása (manuális, automatizált, célérték-alapú); (g) költség-allokáció és platformonkénti elosztás (Google Ads, Meta Ads); (h) KPI-keretek és teljesítmény-elvárások rögzítése; (i) implementációs akcióterv vázlata; (j) PPC stratégiai dokumentum készítése és workshop összefoglaló. A szolgáltatás tartalma a megrendelt workshop scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A PPC / Performance workshop szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) az ajánlások és stratégiai keretek implementálása (pl. kampányok beállítása, hirdetések létrehozása); (b) a folyamatos PPC kampánymenedzsment és optimalizálás a workshop után; (c) a kampányok, hirdetések, landing page-ek konkrét létrehozása és produkálása; (d) a PPC platformok technikai beállítása és kampányindítás (Google Ads, Meta Ads stb.); (e) a részletes kulcsszókutatás és versenytársi elemzés (mélyebb adatfeltárás); (f) a workshop során született stratégiai irányok teljesítményének mérése és optimalizálása; (g) a workshop kimeneteleinek (stratégia, akcióterv) implementálása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) előzetes briefing kitöltése részletesen (kampánycélok, célcsoport, korábbi kampányadatok, költség-keretek); (b) meglévő PPC kampányriportok, Google Ads / Meta Ads hozzáférések, konverziós adatok, landing page-ek átadása a workshop előtt 1-2 héttel; (c) releváns döntéshozók és marketingfelelősök jelenléte a workshop során (marketing vezető, PPC felelős, termékfelelős); (d) PPC stratégiai döntések meghozatalára jogosult személyek folyamatos jelenléte a workshop során; (e) a workshop agenda és PPC stratégiai dokumentum jóváhagyása az egyeztetett határidőn belül. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A PPC / Performance workshop két jóváhagyási pontot tartalmaz: (1) workshop agenda jóváhagyása legalább 5 munkanappal a workshop előtt, amely tartalmazza a végleges témakörök és időbeosztás rögzítését; (2) workshop összefoglaló dokumentum jóváhagyása 5 munkanapon belül az átadás után, amely tartalmazza a PPC stratégiai dokumentumot és a workshop jegyzőkönyvét. A jóváhagyás során 1 módosítási kör biztosított a stratégiai dokumentum tartalmára vonatkozóan (formázás, fogalmazás finomítás, kisebb tartalmi kiegészítések). A stratégiai keretek jelentős átdolgozása külön díjazás ellenében lehetséges. A jóváhagyott workshop dokumentumok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

A workshop időpontjának Megrendelő általi első halasztása ingyenes, feltétel nélkül. Minden további halasztás esetén a Megrendelő a szolgáltatási díj 20%-ának megfelelő kötbért köteles fizetni alkalmanként. A Szolgáltató jogosult a halasztást visszautasítani, ha az az eredeti időpont előtt 5 munkanapnál rövidebb idővel történik. A workshop elmaradása vagy visszavonása a Megrendelő érdekköréből a szolgáltatási díj fizetési kötelezettségét nem érinti, amennyiben az eredeti időpont előtt 10 munkanapnál rövidebb idővel történik. Az új időpont a Felek egyeztetésének függvényében kerül meghatározásra.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a workshop keretében adott ajánlások és stratégiai irányok szakmai megalapozottságáért vállal felelősséget. A workshop kimeneteleinek (PPC stratégia, akcióterv, ajánlások) implementálása a Megrendelő döntése és felelőssége. A workshop tartalma az előzetes briefing és a résztvevők által szolgáltatott információkon alapul — a Szolgáltató nem vállal felelősséget a Megrendelő által szolgáltatott kampányadatok pontosságáért és teljességéért. A Google Ads és Meta Ads platformok algoritmusváltozásai, versenytársi lépések, piaci változások hatásaiért, amelyek a workshop után következnek be, a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A workshop során született ajánlások alkalmazásának kampányteljesítményre gyakorolt hatásáért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.21. Social tartalomstratégiai workshop

Archetípus: D) Stratégiai workshop szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Social tartalomstratégiai workshop szolgáltatás tárgya a Megrendelő közösségi média tartalomstratégiájának közös munka keretében történő kidolgozása. A workshop során a célcsoport-meghatározástól a tartalomtípusok meghatározásán át a posztolási gyakoriságig, hangnemig és tartalomtervezésig minden lényeges social media tartalomstratégiai döntési pontot közösen végigvesszünk. A szolgáltatás 1 alkalommal maximálisan 4 órás interaktív workshopból áll, amelyet 1 hetes előkészítő fázis előz meg, és 2 hetes utómunka követ (dokumentálás, összefoglaló készítése). A workshop során a Szolgáltató social media facilitátorként és szakértőként segíti a Megrendelőt a tartalomstratégiai keretek kialakításában. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) előzetes briefing kitöltése és meglévő social media tartalmak, teljesítményadatok áttekintése; (b) workshop agenda véglegesítése és előkészítő egyeztetés; (c) célcsoport-meghatározás és közösségi média persona kidolgozás; (d) tartalomtípusok és tartalomformátumok meghatározása (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok); (e) posztolási gyakoriság és tartalomütemezés kidolgozása; (f) hangnem (tone of voice) és vizuális stílus rögzítése; (g) tartalomtervezési keretrendszer (content pillars, témakörök); (h) engagement stratégia és közösségépítési irányok; (i) KPI-keretek és teljesítménymérés rögzítése; (j) implementációs akcióterv vázlata; (k) social tartalomstratégiai dokumentum készítése és workshop összefoglaló. A szolgáltatás tartalma a megrendelt workshop scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Social tartalomstratégiai workshop szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) az ajánlások és stratégiai keretek implementálása (pl. tartalmak létrehozása, posztolás); (b) a folyamatos social media menedzsment és tartalomgyártás a workshop után; (c) a social media tartalmak, grafikai elemek, videók konkrét létrehozása és produkálása; (d) a social media platformok technikai beállítása és hirdetéskezelés; (e) a részletes tartalomterv készítése (havi tartalomterv, posztok részletes leírása); (f) a workshop során született stratégiai irányok teljesítményének mérése és optimalizálása; (g) a workshop kimeneteleinek (tartalomstratégia, akcióterv) implementálása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) előzetes briefing kitöltése részletesen (márka céljai, célcsoport, jelenlegi social jelenlét, konkurencia); (b) meglévő social media riportok, korábbi tartalmak, teljesítményadatok átadása a workshop előtt 1-2 héttel; (c) releváns döntéshozók és social media felelősök jelenléte a workshop során (marketing vezető, social media manager, brand

manager); (d) tartalomstratégiai döntések meghozatalára jogosult személyek folyamatos jelenléte a workshop során; (e) a workshop agenda és tartalomstratégiai dokumentum jóváhagyása az egyeztetett határidőn belül. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Social tartalomstratégiai workshop két jóváhagyási pontot tartalmaz: (1) workshop agenda jóváhagyása legalább 5 munkanappal a workshop előtt, amely tartalmazza a végleges témakörök és időbeosztás rögzítését; (2) workshop összefoglaló dokumentum jóváhagyása 5 munkanapon belül az átadás után, amely tartalmazza a social tartalomstratégiai dokumentumot és a workshop jegyzőkönyvét. A jóváhagyás során 1 módosítási kör biztosított a stratégiai dokumentum tartalmára vonatkozóan (formázás, fogalmazás finomítás, kisebb tartalmi kiegészítések). A stratégiai keretek jelentős átdolgozása külön díjazás ellenében lehetséges. A jóváhagyott workshop dokumentumok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

A workshop időpontjának Megrendelő általi első halasztása ingyenes, feltétel nélkül. Minden további halasztás esetén a Megrendelő a szolgáltatási díj 20%-ának megfelelő kötbért köteles fizetni alkalmanként. A Szolgáltató jogosult a halasztást visszautasítani, ha az az eredeti időpont előtt 5 munkanapnál rövidebb idővel történik. A workshop elmaradása vagy visszavonása a Megrendelő érdekköréből a szolgáltatási díj fizetési kötelezettségét nem érinti, amennyiben az eredeti időpont előtt 10 munkanapnál rövidebb idővel történik. Az új időpont a Felek egyeztetésének függvényében kerül meghatározásra.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a workshop keretében adott ajánlások és stratégiai irányok szakmai megalapozottságáért vállal felelősséget. A workshop kimeneteleinek (tartalomstratégia, akcióterv, ajánlások) implementálása a Megrendelő döntése és felelőssége. A workshop tartalma az előzetes briefing és a résztvevők által szolgáltatott információkon alapul — a Szolgáltató nem vállal felelősséget a Megrendelő által szolgáltatott információk pontosságáért és teljességéért. A Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok platformok algoritmusváltozásai, közösségi média trendek változásai, versenytársi lépések hatásaiért, amelyek a workshop után következnek be, a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A workshop során született ajánlások alkalmazásának social media teljesítményre és közösségépítésre gyakorolt hatásáért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.22. E-mail stratégiai workshop

Archetípus: D) Stratégiai workshop szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

Az E-mail stratégiai workshop szolgáltatás tárgya a Megrendelő e-mail marketing stratégiájának közös munka keretében történő kidolgozása. A workshop során a célcsoport-szegmentálástól a kampánytípusok meghatározásán át az automatizálásig, tartalomtervezésig és mérési keretekig minden lényeges e-mail marketing stratégiai döntési pontot közösen végigvesszünk. A szolgáltatás 1 alkalommal maximálisan 4 órás interaktív workshopból áll, amelyet 1 hetes előkészítő fázis előz meg, és 2 hetes utómunka követ (dokumentálás, összefoglaló készítése). A workshop során a Szolgáltató e-mail marketing facilitátorként és szakértőként segíti a Megrendelőt az e-mail stratégiai keretek kialakításában. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) előzetes briefing kitöltése és meglévő e-mail kampányok, teljesítményadatok áttekintése; (b) workshop agenda véglegesítése és előkészítő egyeztetés; (c) célcsoport-szegmentálás és persona alapú lista-kezelés kidolgozása; (d) kampánytípusok meghatározása (hírlevél, EDM, automatizált kampányok); (e) e-mail automatizálási flow-k tervezése (welcome sorozat, abandonment flow stb.); (f) tartalomstratégia és üzenetarchitektúra kidolgozása; (g) tárgysor-stratégia és tartalomformátumok meghatározása; (h) mérési keretrendszer és KPI-k rögzítése (nyitási arány, kattintási arány, konverziók); (i) implementációs akcióterv vázlata; (j) e-mail stratégiai dokumentum készítése és workshop összefoglaló. A szolgáltatás tartalma a megrendelt workshop scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

Az E-mail stratégiai workshop szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) az ajánlások és stratégiai keretek implementálása (pl. kampányok beállítása, e-mailek létrehozása); (b) a folyamatos e-mail marketing menedzsment és kampánykezelés a workshop után; (c) az e-mail kampányok, tartalmak, dizájnok konkrét létrehozása és produkálása; (d) az e-mail marketing platformok technikai beállítása és integráció; (e) a részletes kampányterv készítése (havi kampányterv, e-mail tartalmak részletes leírása); (f) a workshop során született stratégiai irányok teljesítményének mérése és optimalizálása; (g) a workshop kimeneteleinek (e-mail stratégia, akcióterv) implementálása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) előzetes briefing kitöltése részletesen (e-mail marketing célok, jelenlegi lista mérete, korábbi kampányok teljesítménye); (b) meglévő e-mail kampányriportok, lista-szegmentációs adatok, automatizálási flow-k átadása a workshop előtt 1-2 héttel; (c) releváns döntéshozók és e-mail marketing felelősök jelenléte a workshop során (marketing vezető, e-mail marketing manager); (d) e-mail stratégiai döntések meghozatalára jogosult személyek folyamatos jelenléte a workshop során; (e) a workshop agenda és e-mail stratégiai dokumentum jóváhagyása az egyeztetett határidőn belül. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

Az E-mail stratégiai workshop két jóváhagyási pontot tartalmaz: (1) workshop agenda jóváhagyása legalább 5 munkanappal a workshop előtt, amely tartalmazza a végleges témakörök és időbeosztás rögzítését; (2) workshop összefoglaló dokumentum jóváhagyása 5 munkanapon belül az átadás után, amely tartalmazza az e-mail stratégiai dokumentumot és a workshop jegyzőkönyvét. A jóváhagyás során 1 módosítási kör biztosított a stratégiai dokumentum tartalmára vonatkozóan (formázás, fogalmazás finomítás, kisebb tartalmi kiegészítések). A stratégiai keretek jelentős átdolgozása külön díjazás ellenében lehetséges. A jóváhagyott workshop dokumentumok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

A workshop időpontjának Megrendelő általi első halasztása ingyenes, feltétel nélkül. Minden további halasztás esetén a Megrendelő a szolgáltatási díj 20%-ának megfelelő kötbért köteles fizetni alkalmanként. A Szolgáltató jogosult a halasztást visszautasítani, ha az az eredeti időpont előtt 5 munkanapnál rövidebb idővel történik. A workshop elmaradása vagy visszavonása a Megrendelő érdekköréből a szolgáltatási díj fizetési kötelezettségét nem érinti, amennyiben az eredeti időpont előtt 10 munkanapnál rövidebb idővel történik. Az új időpont a Felek egyeztetésének függvényében kerül meghatározásra.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a workshop keretében adott ajánlások és stratégiai irányok szakmai megalapozottságáért vállal felelősséget. A workshop kimeneteleinek (e-mail stratégia, akcióterv, ajánlások) implementálása a Megrendelő döntése és felelőssége. A workshop tartalma az előzetes briefing és a résztvevők által szolgáltatott információkon alapul — a Szolgáltató nem vállal felelősséget a Megrendelő által szolgáltatott adatok pontosságáért és teljességéért. Az e-mail marketing platformok változásai, spam szűrők módosulásai, piaci trendek változásai, versenytársi lépések hatásaiért, amelyek a workshop után következnek be, a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A workshop során született ajánlások alkalmazásának e-mail kampány

teljesítményre gyakorolt hatásáért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.23. Brand workshop

Archetípus: D) Stratégiai workshop szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Brand workshop szolgáltatás tárgya a Megrendelő márkastratégiai kereteit közös munka keretében történő kidolgozása. A workshop során a márkaarculattól a pozicionáláson át az értékekig, hangnemig (tone of voice) és vizuális identitás keretekig minden lényeges brand stratégiai döntési pontot közösen végigvesszünk. A szolgáltatás 1 alkalommal maximálisan 4 órás interaktív workshopból áll, amelyet 1 hetes előkészítő fázis előz meg, és 2 hetes utómunka követ (dokumentálás, összefoglaló készítése). A workshop során a Szolgáltató brand stratégiai facilitátorként és szakértőként segíti a Megrendelőt a márkastratégiai keretek kialakításában. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) előzetes briefing kitöltése és meglévő brand anyagok, arculati elemek áttekintése; (b) workshop agenda véglegesítése és előkészítő egyeztetés; (c) márkaértékek és márkapozicionálás meghatározása; (d) célcsoport-definíció és brand persona kidolgozás; (e) hangnem (tone of voice) és kommunikációs stílus meghatározása; (f) vizuális identitás keretek (színek, tipográfia, vizuális hangulat); (g) márka-üzenetek és brand story kidolgozás; (h) versenytársi pozicionálás és differenciálás; (i) brand guidelines alapjainak meghatározása; (j) implementációs akcióterv vázlata; (k) brand stratégiai dokumentum készítése és workshop összefoglaló. A szolgáltatás tartalma a megrendelt workshop scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Brand workshop szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) az ajánlások és stratégiai keretek implementálása (pl. logo tervezés, arculati elemek létrehozása); (b) a folyamatos brand menedzsment és arculati felügyelet a workshop után; (c) a logo, arculati elemek, brand guidelines konkrét grafikai létrehozása és produkálása; (d) a vizuális identitás teljes kidolgozása (részletes brand book, arculati kézikönyv); (e) a részletes brand guidelines dokumentum készítése (végleges formátum); (f) a workshop során született brand irányok implementálásának koordinálása; (g) a workshop kimeneteleinek (brand stratégia, akcióterv) implementálása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) előzetes briefing kitöltése részletesen (vállalkozás küldetése, értékei, célcsoportja, piaci pozíciója, versenytársai); (b) meglévő brand anyagok (logo, arculati elemek, marketing anyagok), versenytársi elemzések átadása a workshop előtt 1-2 héttel; (c) releváns döntéshozók jelenléte a workshop során (tulajdonos, vezérigazgató, marketing vezető, brand manager); (d) brand stratégiai döntések meghozatalára jogosult személyek (elsősorban tulajdonos/vezérigazgató) folyamatos jelenléte a workshop során; (e) a workshop agenda és brand stratégiai dokumentum jóváhagyása az egyeztetett határidőn belül. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A Brand workshop két jóváhagyási pontot tartalmaz: (1) workshop agenda jóváhagyása legalább 5 munkanappal a workshop előtt, amely tartalmazza a végleges témakörök és időbeosztás rögzítését; (2) workshop összefoglaló dokumentum jóváhagyása 5 munkanapon belül az átadás után, amely tartalmazza a brand stratégiai dokumentumot és a workshop jegyzőkönyvét. A jóváhagyás során 1 módosítási kör biztosított a stratégiai dokumentum tartalmára vonatkozóan (formázás, fogalmazás finomítás, kisebb tartalmi kiegészítések). A stratégiai keretek jelentős átdolgozása külön díjazás ellenében lehetséges. A jóváhagyott workshop dokumentumok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

A workshop időpontjának Megrendelő általi első halasztása ingyenes, feltétel nélkül. Minden további halasztás esetén a Megrendelő a szolgáltatási díj 20%-ának megfelelő kötbért köteles fizetni alkalmanként. A Szolgáltató jogosult a halasztást visszautasítani, ha az az eredeti időpont előtt 5 munkanapnál rövidebb idővel történik. A workshop elmaradása vagy visszavonása a Megrendelő érdekköréből a szolgáltatási díj fizetési kötelezettségét nem érinti, amennyiben az eredeti időpont előtt 10 munkanapnál rövidebb idővel történik. Az új időpont a Felek egyeztetésének függvényében kerül meghatározásra.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a workshop keretében adott ajánlások és stratégiai irányok szakmai megalapozottságáért vállal felelősséget. A workshop kimeneteleinek (brand stratégia, akcióterv, ajánlások) implementálása a Megrendelő döntése és felelőssége. A workshop tartalma az előzetes briefing és a résztvevők által szolgáltatott információkon alapul — a Szolgáltató nem vállal felelősséget a Megrendelő által szolgáltatott információk pontosságáért és teljességéért. A piaci változások, versenytársi lépések, célcsoport preferenciák változásaiért, amelyek a workshop után következnek be, a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A workshop során

született brand irányok alkalmazásának márkaépítésre és üzleti eredményekre gyakorolt hatásáért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.24. Oktatás / Tréning

Archetípus: D) Stratégiai workshop szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

Az Oktatás / Tréning szolgáltatás tárgya a Megrendelő csapatának digital marketing témakörökben történő felkészítése az önálló munkavégzésre. A szolgáltatás elsősorban tudástranszfert jelent: a Szolgáltató átadja a releváns digital marketing ismereteket, technikákat és best practice-eket a Megrendelő csapatának. A tréning során a Szolgáltató oktatóként és szakértőként segíti a Megrendelő csapatát az adott digital marketing terület, elkészített digitális termék vagy szolgáltatás kezelésének elsajátításában. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) előzetes oktatási igény felmérése (milyen témakörökben van tudáshiány, milyen szinten vannak a résztvevők); (b) oktatási tematika és agenda véglegesítése, oktatási anyag összeállítása; (c) elméleti ismeretek átadása (pl. PPC kampánystruktúra, Social Media algoritmusok, Google Analytics 4 használata); (d) gyakorlati példák és best practice-ek bemutatása; (e) élő bemutatók és case study-k (Megrendelő saját adatain vagy példákon); (f) interaktív gyakorlatok és Q&A szekciók; (g) közös problémamegoldás és troubleshooting; (h) oktatási anyag finalizálása és átadása (prezentáció, kézikönyv PDF formában); (i) tréning összefoglaló jegyzőkönyv készítése. A szolgáltatás tartalma a megrendelt oktatási program scope-jának megfelelően értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

Az Oktatás / Tréning szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) a résztvevők által a tréning után végzett munkák felügyelete és ellenőrzése; (b) a tréning után folyamatos tanácsadás és support (mentorálás); (c) a résztvevők által felállított kampányok, tartalmak, stratégiák átvizsgálása és javítása; (d) a tréning során átadott ismeretek implementálása a Megrendelő rendszereiben; (e) a részletes kampánytervezés, stratégiai dokumentumok elkészítése a Megrendelő számára; (f) a tréning során átadott tudás alkalmazásának eredményességének garantálása; (g) a tréning kimeneteleinek (elsajátított tudás) implementálása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) oktatási igény felmérése részletesen (milyen témakörökben van tudáshiány, milyen szinten vannak a résztvevők, milyen célokat szeretnének elérni); (b) releváns csapattagok folyamatos jelenléte a tréning során (marketing munkatársak, junior/senior PPC szakemberek, social media menedzserek); (c) hozzáférések biztosítása (opcionális): ha a tréning során élő bemutatókra van szükség, a szükséges admin hozzáférések biztosítása (Google Ads, Meta Ads, Google Analytics); (d) technikai feltételek biztosítása (online formátum esetén videokonferencia platform és internetes kapcsolat); (e) oktatási tematika jóváhagyása az egyeztetett határidőn belül. A Megrendelő által biztosítandó hozzáférések, anyagok és információk késedelmes átadása a szolgáltatás ütemezésének módosulásával járhat.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

Az Oktatás / Tréning egy jóváhagyási pontot tartalmaz: oktatási tematika és menetrend jóváhagyása legalább 5 munkanappal a tréningorozat megkezdése előtt, amely tartalmazza a végleges oktatási témakörök, agenda és időbeosztás rögzítését. A tréning során átadott oktatási anyag és összefoglaló nem igényel jóváhagyást, azok a tréning lezárása után átadásra kerülnek. A résztvevők visszajelzései alapján kisebb tartalmi kiegészítések vagy pontosítások 1 héten belül beépíthetők az oktatási anyagba. A jóváhagyott oktatási anyagok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Az oktatás/tréning időpontjának Megrendelő általi első halasztása ingyenes, feltétel nélkül. Minden további halasztás esetén a Megrendelő a szolgáltatási díj 20%-ának megfelelő kötbért köteles fizetni alkalmanként. A Szolgáltató jogosult a halasztást visszautasítani, ha az az eredeti időpont előtt 5 munkanapnál rövidebb idővel történik. Az oktatás/tréning elmaradása vagy visszavonása a Megrendelő érdekköréből a szolgáltatási díj fizetési kötelezettségét nem érinti, amennyiben az eredeti időpont előtt 10 munkanapnál rövidebb idővel történik. Az új időpont a Felek egyeztetésének függvényében kerül meghatározásra. Az oktatási program teljes lemondása esetén a már megtartott alkalmak díja fizetendő.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató az oktatási program keretében átadott ismeretek és módszertanok szakmai megalapozottságáért vállal felelősséget. Az elsajátított ismeretek gyakorlati alkalmazása és annak eredménye a Megrendelő döntése és felelőssége. A Szolgáltató nem vállal felelősséget a résztvevők által a tréning után végzett digital marketing munkák eredményességéért és teljesítményéért. A résztvevők tanulási képességéért és az átadott tudás elsajátításának mértékéért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A platform algoritmusváltozások, technológiai változások hatásaiért, amelyek a tréning után következnek be, a Szolgáltató nem vállal

felelősséget. A résztvevők által létrehozott kampányok, tartalmak, stratégiák minőségéért és jogi megfelelőségéért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

E) Kreatív szolgáltatások

6.25. Brand guide készítés

Archetípus: E) Kreatív szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Brand guide készítés szolgáltatás tárgya egy komplex, projektalapú dokumentációs szolgáltatás, amely a Megrendelő márkaarculatának teljes körű dokumentálását és kodifikálását eredményezi egy részletes márkaarculati kézikönyv (brand guide) formájában. A szolgáltatás célja egy egységesen strukturált dokumentum készítése, amely referenciaanyagként szolgál minden külső és belső kommunikációs és kreatív munkához. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt projekt terjedelméhez igazodva különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) strukturált onboarding és előkészítés (meglévő márkaelemek összegyűjtése, referenciakép elemzése, márkamélység megállapítása); (b) logó használati irányelvek kidolgozása (logó változatok, megengedett és tilos használatok, logó méretek, tiszta terület); (c) színpaletta dokumentálása (fő színek, másodlagos színek, RGB/CMYK/HEX/Pantone kódok, színhasználati arányok); (d) tipográfia szabályrendszerének kidolgozása (fő és másodlagos betűtípusok, betűméret-hierarchia, sorköztés, betűtípus-használati szabályok); (e) tone of voice és kommunikációs irányelvek kidolgozása (hangnem, kommunikációs stílusirányelvek, példa szövegek); (f) vizuális elemek dokumentálása (ikonok, mintázatok, képvilág irányelvei); (g) alkalmazási példák kidolgozása (weboldal, social media, nyomtatott anyagok, csomagolás); (h) brand guide dokumentum véglegesítése és átadása PDF vagy online formátumban. A szolgáltatás tartalma és terjedelme minden esetben a megrendelt projekt egyedi ajánlata vagy szerződése szerint értelmezendő.

Szerzői jog és felhasználási jogok: A szolgáltatás keretében létrehozott brand guide dokumentum szerzői joga a Szolgáltatót illeti meg. A Megrendelő a szolgáltatási díj megfizetését követően időben és területileg nem korlátozott, nem kizárólagos felhasználási jogot szerez a véglegesített dokumentumra, a szerződés szerinti felhasználási célra (belső és külső kommunikáció, partneri koordináció). A szerkeszthető forrásfájlok (PSD, AI, Figma, InDesign) nem részei az alap szolgáltatásnak.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Brand guide készítés szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) márkaelemek (logó, színek, betűtípusok) egyedi megtervezése (ez az Arculattervezés Core szolgáltatás része); (b) szerkeszthető forrásfájlok (PSD, AI, Figma, InDesign formátumok) átadása; (c) nyomdai előkészítés és nyomdai koordináció; (d) licenszelt stockfotók, stockvideók vagy zenék beszerzése; (e) brand guide tartalmi frissítése a készülte után; (f) brand guide implementálása a Megrendelő marketinganyagaiban, weboldalán vagy egyéb felületeken; (g) teljes körű márkastratégia, brand audit vagy piackutatás; (h) márkanév-, szlogen- vagy domainnév-alkotás. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) meglévő márkaelemek (logó változatok, színek, betűtípusok) és referencia anyagok átadása a projekt indításakor; (b) részletes brief biztosítása a márka pozicionálásáról, értékeiről, célcsoportjáról és a brand guide elvárt terjedelméről; (c) kickoff egyeztetés lebonyolítása, amelyen a Szolgáltató megismeri a márka történetét és a brand guide célokat; (d) a jóváhagyási pontokon érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A projekt során az alábbi fő jóváhagyási pontok kerülnek meghatározásra: (1) Kickoff: brief és brand guide scope egyeztetése; (2) Brand guide draft bemutatása: az első teljes verzió jóváhagyása, 2 módosítási kör ingyenesen a szolgáltatás részeként; (3) Véglegesítés: a Megrendelő írásos jóváhagyása a végleges dokumentumra. További módosítási körök külön díjazás ellenében vehetők igénybe. A jóváhagyott brand guide dokumentum nem minősül eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen márkaelemek, referencia anyagok, döntések vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Brand guide készítés szolgáltatás keretében a brand guide dokumentum szakmai kidolgozásáért és tartalmi megalapozottságáért vállal felelősséget. Az elkészített brand guide esztétikai vagy üzleti megítélése szubjektív jellegű, és nem minősül a Szolgáltató

szerződésszegésének. A Megrendelő a brief és a jóváhagyási körök során biztosítja a kreatív irány egyeztetését; a véglegesített és jóváhagyott dokumentum tekintetében utólagos nem megfelelőégi kifogást a Megrendelő nem emelhet. A brand guide implementálásának eredményéért (márka konzisztencia, márka felismerhetőség) a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.26. Fotó- és videógyártás

Archetípus: E) Kreatív szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Fotó- és videógyártás szolgáltatás tárgya projektalapú kreatív szolgáltatás, amely marketingcélú fotó- és videóanyagok professzionális készítését foglalja magában. A szolgáltatás célja, hogy a Megrendelő marketingkommunikációját támogató vizuális tartalommal lássa el, amely megfelel a márka identitásának, a kampány célkitűzéseinek és a célplatformok követelményeinek. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt projekt terjedelméhez igazodva különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) strukturált onboarding és előkészítés (brief és kreatív koncepciókészítés, célok és platform specifikáció rögzítése); (b) storyboard/shotlist elkészítése (fotók és videók részletes tervezése); (c) helyszín-, modell-, stílusztakiválasztás (a gyártáshoz szükséges erőforrások megszervezése); (d) kreatív koncepció jóváhagyása; (e) fotózás/videófelvétel (professzionális fotó- és/vagy videófelvétel készítése a shotlist alapján); (f) utómunka (fotó: szerkesztés és retusálás; videó: vágás, színcorrekció, hangkeverés, felirat, effektek); (g) deliverable-ok összeállítása (különböző formátumok és méretarányok készítése platformok szerint); (h) végleges anyagok átadása a Megrendelőnek. A szolgáltatás tartalma és terjedelme minden esetben a megrendelt projekt egyedi ajánlata vagy szerződése szerint értelmezendő.

Szerzői jog és felhasználási jogok: A szolgáltatás keretében létrehozott szellemi alkotások (fotók, videók) szerzői joga a Szolgáltatót illeti meg. A Megrendelő a szolgáltatási díj megfizetését követően Magyarország területén, 1 (egy) éves időtartamra, online felhasználásra (weboldal, social media, hirdetések, hírlevél) vonatkozó, nem kizárólagos felhasználási jogot szerez a véglegesített anyagokra. Eltérő területi hatály, időtartam vagy felhasználási mód (különösen offline felhasználás, nyomtatott anyagok, outdoor megjelenések) az Egyedi Megrendelőben rögzíthető. A szerkeszthető forrásfájlok (RAW, PSD, Premiere, After Effects projektfájlok) nem részei az alap szolgáltatásnak. Harmadik fél által készített vagy licenszelt

elemek (stockfotók, stockvideók, zenék) felhasználási joga az adott licenz feltételei szerint érvényesül, a Szolgáltató ezek tekintetében nem vállal felhasználási jog átruházást.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Fotó- és videógyártás szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) szerkeszthető forrásfájlok (RAW, PSD, Premiere, After Effects projektfájlok) átadása; (b) helyszín bérlése, modellek fizetése, stilszta költségei (külön egyeztetés és költség tárgyat képezik); (c) licenszelt stockfotók, stockvideók vagy zenék beszerzése (külön egyeztetés és költség tárgyat képezik); (d) nyomdai előkészítés és nyomdai koordináció; (e) kész anyagok archiválása vagy tárhelyen való tárolása; (f) teljes körű kampánystratégia vagy médiatervezés; (g) arculattervezés vagy teljes körű vizuális azonosság kialakítása; (h) eredmény-, teljesítmény- vagy bevételgarancia vállalása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) részletes brief biztosítása a fotó- és videógyártás céljáról, a target audience-ről, a platformspecifikációról; (b) referencia anyagok (példa fotók, videók, mood board) átadása a projekt indításakor; (c) márkaelemek (logó, színek, betűtípusok, brand guide) átadása a kreatív munkához; (d) helyszín, modellek, stilszta biztosítása (ha a Megrendelő sajátból biztosítja); (e) a jóváhagyási pontokon érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A projekt során az alábbi fő jóváhagyási pontok kerülnek meghatározásra: (1) Kickoff: kreatív koncepció és storyboard jóváhagyása; (2) Első szerkesztett verzió bemutatása: az utómunka után az első fotók/videók jóváhagyása, 2 módosítási kör ingyenesen a szolgáltatás részeként; (3) Véglegesítés: a Megrendelő írásos jóváhagyása a végleges anyagokra. További módosítási körök külön díjazás ellenében vehetők igénybe. A jóváhagyott anyagok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen brief, anyagátadás, helyszín, döntések vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Fotó- és videógyártás szolgáltatás keretében a fotók és videók technikai minőségéért és a brief szerinti kreatív megvalósításáért vállal felelősséget. Az elkészített kreatív anyagok (fotók, videók) szubjektív megítélése nem minősül a Szolgáltató szerződésszegésének. A Megrendelő a brief és a jóváhagyási körök során biztosítja a kreatív irány egyeztetését; a véglegesített és jóváhagyott anyagok tekintetében utólagos nem megfelelési kifogást a Megrendelő nem emelhet. A kész anyagok felhasználásának eredményéért (kampányteljesítmény, engagement, konverziók) a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.27. EDM stratégiai tervezés

Archetípus: E) Kreatív szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

Az EDM stratégiai tervezés szolgáltatás tárgya stratégiai/tanácsadási jellegű szolgáltatás, amely az EDM (Electronic Direct Mail) kampányok stratégiai keretrendszerének kidolgozását foglalja magában. A szolgáltatás célja, hogy a Megrendelő EDM marketingjét stratégiai szinten megtervezze: célcsoport-szegmentálás, üzenetkeretrendszer, kampány-naptár, A/B tesztelési terv és mérésikeret-rendszer kidolgozása. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt projekt terjedelméhez igazodva különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) strukturált onboarding és előkészítés (üzleti célok, jelenlegi EDM gyakorlat, adatbázis-jellemzők megismerése); (b) célcsoport-szegmentálási logika kidolgozása (demográfiai, viselkedési, tranzakciós szegmensek); (c) üzenetkeretrendszer kidolgozása (milyen üzeneteket, milyen szegmenseknek, milyen célokkal); (d) kampány-naptár megtervezése (éves/negyedéves naptár, kampány-típusok, kampány-frekvencia); (e) A/B tesztelési terv kidolgozása (mit tesztelünk, hogyan, milyen mérési keretekkel); (f) mérésikeret-rendszer kidolgozása (KPI-ok, eszközök, riportálási keretek); (g) implementációs útiterv kidolgozása; (h) EDM stratégiai dokumentum véglegesítése és átadása PDF vagy prezentáció formátumban. A szolgáltatás tartalma a megrendelt projekt scope-jának megfelelően értelmezendő. A szolgáltatás nem foglalja magában az EDM kampányok konkrét implementálását (az EDM kiküldés külön Core szolgáltatás).

3. Nem része a szolgáltatásnak

Az EDM stratégiai tervezés szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) EDM kampányok konkrét implementálása (EDM kiküldés külön Core szolgáltatás); (b) e-mail adatbázis szegmentálásának technikai implementálása; (c) EDM kampányok kreatív tartalmi elemeinek elkészítése (hirdetés szövegek, e-mail design, landing page-ek); (d) A/B tesztek technikai beállítása és futtatása; (e) EDM kampányok folyamatos menedzsmentje és optimalizálása a stratégiai tervezés után; (f) e-mail adatbázis adatkezelési felelőssége (a Szolgáltató nem válik adatkezelővé); (g) teljes körű marketingstratégia vagy médiatervezés; (h) eredmény-, bevétel- vagy megtérülési garancia. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) részletes brief biztosítása az EDM kampányok céljairól, a célcsoportról, a meglévő e-mail adatbázis jellemzőiről; (b) meglévő e-mail adatbázis jellemzőinek és korábbi EDM kampányok teljesítményadatainak átadása (ha van); (c) kickoff egyeztetés lebonyolítása, amelyen a Szolgáltató megismeri az üzleti célokat és az elvárásokat; (d) a jóváhagyási pontokon érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A projekt során az alábbi fő jóváhagyási pontok kerülnek meghatározásra: (1) Kickoff: brief és EDM stratégiai scope egyeztetése; (2) EDM stratégiai dokumentum draft bemutatása: az első teljes verzió jóváhagyása, 1 módosítási kör ingyenesen a szolgáltatás részeként; (3) Véglegesítés: a Megrendelő írásos jóváhagyása a végleges dokumentumra. További módosítási körök külön díjazás ellenében vehetők igénybe. A jóváhagyott stratégiai dokumentum nem minősül eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen információk, adatbázis jellemzők, döntések vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató az EDM stratégiai tervezés szolgáltatás keretében az EDM stratégiai dokumentum tartalmáért és stratégiai megalapozottságáért vállal felelősséget. Az EDM stratégia üzleti megítélése és implementálásának eredményéért a Megrendelő felelőssége. A stratégiai dokumentum a Megrendelő briefje és jóváhagyásai alapján készül; a véglegesített és

jóváhagyott dokumentum tekintetében utólagos nem megfelelőségi kifogást a Megrendelő nem emelhet. Az EDM stratégia implementálásának eredményéért (kampányteljesítmény, engagement, konverziók) a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A Szolgáltató nem válik adatkezelővé az e-mail adatbázis tekintetében. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.28. Lista szegmentálási tanácsadás

Archetípus: E) Kreatív szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Lista szegmentálási tanácsadás szolgáltatás tárgya tanácsadási jellegű szolgáltatás, amely az e-mail adatbázis szegmentálásának stratégiai megtervezését foglalja magában. A szolgáltatás célja, hogy a Megrendelő e-mail listáját célzottabb, relevánsabb és hatékonyabb kommunikációra optimalizálja szegmentálási logika kidolgozásával, mérési keretek meghatározásával és adathigiéniai ajánlásokkal. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt projekt terjedelméhez igazodva különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) strukturált onboarding és előkészítés (üzleti célok, adatbázis-jellemzők, meglévő szegmentálási gyakorlat megismerése); (b) szegmentálási logika kidolgozása (milyen szegmensek, milyen kritériumok alapján, milyen célokkal); (c) szegmentációs kritériumok kidolgozása (demográfiai, viselkedési, tranzakciós, engagement-alapú kritériumok); (d) mérési keretek kidolgozása (KPI-ok szegmensenként, mérési architektúra); (e) adathigiéniai ajánlások kidolgozása (inaktív címek kezelése, duplikációk eltávolítása, opt-out folyamatok); (f) implementációs útiterv kidolgozása; (g) Lista szegmentálási tanácsadói dokumentum véglegesítése és átadása PDF vagy prezentáció formátumban. A szolgáltatás tartalma a megrendelt projekt scope-jának megfelelően értelmezendő. A szolgáltatás nem foglalja magában a szegmentálási logika technikai implementálását (az implementáció külön díjazás ellenében vehető igénybe).

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Lista szegmentálási tanácsadás szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) szegmentálási logika technikai implementálása az e-mail marketing platformban vagy CRM-ben; (b) e-mail adatbázis adatminőségének javítása (duplikációk eltávolítása, inaktív címek törlése, adatgazdagítás); (c) e-mail kampányok kreatív tartalmi elemeinek elkészítése (hirdetés szövegek, e-mail design, landing page-ek); (d) szegmensek teljesítménymérésének technikai

beállítása és riportálása; (e) szegmentálási logika folyamatos menedzsmentje és optimalizálása a tanácsadás után; (f) e-mail adatbázis adatkezelési felelőssége (a Szolgáltató nem válik adatkezelővé); (g) teljes körű marketingstratégia vagy médiatervezés; (h) eredmény-, bevétel- vagy megtérülési garancia. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) részletes brief biztosítása az e-mail adatbázis céljáról, a célcsoportról, a meglévő adatbázis jellemzőiről; (b) meglévő e-mail adatbázis jellemzőinek és teljesítményadatainak átadása (méretszám, engagement metrikák); (c) kickoff egyeztetés lebonyolítása, amelyen a Szolgáltató megismeri az üzleti célokat és az elvárásokat; (d) a jóváhagyási pontokon érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A projekt során az alábbi fő jóváhagyási pontok kerülnek meghatározásra: (1) Kickoff: brief és szegmentálási scope egyeztetése; (2) Szegmentálási tanácsadói dokumentum draft bemutatása: az első teljes verzió jóváhagyása, 1 módosítási kör ingyenesen a szolgáltatás részeként; (3) Véglegesítés: a Megrendelő írásos jóváhagyása a végleges dokumentumra. További módosítási körök külön díjazás ellenében vehetők igénybe. A jóváhagyott dokumentum nem minősül eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen információk, adatbázis jellemzők, döntések vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a projekt ütemezésének módosulásával jár, amely nem minősül a Szolgáltató késedelmének.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Lista szegmentálási tanácsadás szolgáltatás keretében a szegmentálási tanácsadói dokumentum tartalmáért és stratégiai megalapozottságáért vállal felelősséget. A szegmentálási logika üzleti megítélése és implementálásának eredményéért a Megrendelő felelőssége. A dokumentum a Megrendelő briefje és jóváhagyásai alapján készül; a véglegesített és jóváhagyott dokumentum tekintetében utólagos nem megfelelősségi kifogást a Megrendelő nem emelhet. A szegmentálási logika implementálásának eredményéért (kampányteljesítmény, engagement, konverziók javulása) a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A Szolgáltató nem válik adatkezelővé az e-mail adatbázis tekintetében. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

F) Eseti szolgáltatások

6.29. EDM kiküldés

Archetípus: F) Eseti szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

Az EDM kiküldés szolgáltatás tárgya a Megrendelő megbízásából megvalósított, eseti jellegű e-mail kampány harmadik fél tulajdonában álló adatbázisokra, jogszerű és kontrollált keretek között. A szolgáltatás nem előfizetéses és nem csomagalapú, hanem minden esetben egyedi kampányra, konkrét üzleti vagy kommunikációs cél mentén kerül kialakításra. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás az adott kampány terjedelméhez és céljához igazodva különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) adatbázis-kiválasztás és beszerzés koordinációja (harmadik feles adatbázis felkutatása, egyeztetés az adatbázis tulajdonosával, feltételek rögzítése); (b) szöveges tartalomkészítés (e-mail törzsszöveg, tárgymező, preheader, CTA-k kialakítása); (c) alapszintű grafikai elemek készítése (header grafika, vizuális hangsúlyok, arculati elemek alkalmazása); (d) technikai előkészítés (e-mail sablon kialakítása, mobil- és desktop kompatibilitás, tesztlevelek); (e) jóváhagyási folyamat koordinálása (szöveges és grafikai tartalom jóváhagyásra bocsátása); (f) kampány lebonyolítása és kiküldés (élesítés a jóváhagyott időpontban, technikai koordináció); (g) alap riportálás (kiküldési adatok, megnyitási és kattintási arányok, kézbesítési statisztikák). A szolgáltatás tartalma és terjedelme minden esetben az adott kampány egyedi ajánlata vagy megrendelése szerint értelmezendő.

3. Nem része a szolgáltatásnak

Az EDM kiküldés szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) folyamatos, előfizetéses jellegű e-mail marketing vagy hírlevél szolgáltatás (a Megrendelő saját adatbázisára); (b) saját tulajdonú vagy saját kezelésű e-mail adatbázis biztosítása; (c) feliratkozógyűjtés vagy adatbázis-építés; (d) CRM vagy ügyféladatbázis tisztítás, szegmentálás; (e) adatbázis hosszú távú tárolása vagy újrafelhasználása; (f) adatvédelmi tanácsadás vagy jogi auditálás; (g) komplex marketing automatizáció vagy több lépcsős kampányfolyamatok kiépítése; (h) fotózás, videógyártás vagy komplex grafikai munkák; (i) eredmény-, bevétel- vagy teljesítménygarancia vállalása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) a kampány üzleti céljait és tartalmi irányait egyértelműen meghatározni; (b) a tartalomban szereplő állítások, ajánlatok valóságtartalmáért felelősséget vállalni; (c) a jóváhagyási körökben érdemi és határidőn belüli visszajelzést adni; (d) az adatbázis jogszerűségéért – az adatbázis tulajdonosával együtt – felelősséget vállalni. Az adatkezelés jogszerűségéért, a hozzájárulások meglétéért és az adatbázis jogi megfelelőségéért elsődlegesen az adatbázis tulajdonosa, valamint a Megrendelő felel. A Szolgáltató nem válik adatkezelővé az adatbázis tekintetében. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

Az EDM kampány szöveges és grafikai tartalmának, a tárgysornak, a CTA-knak és a kiküldés tervezett időpontjának jóváhagyása írásos formában történik. Alapértelmezetten egy kör módosítás biztosított az alaplíj részeként. A jóváhagyás elmaradása vagy késedelme a kampány indítását késleltetheti. A jóváhagyott tartalom nem minősül eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen brief, tartalmi irányok vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelem időtartama a kampány ütemezésének módosulásával jár.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató az EDM kiküldés szolgáltatás keretében a kampány szakmai előkészítéséért, tartalomkészítéséért és a jóváhagyott tartalom technikai kiküldéséért vállal felelősséget. A levelezőrendszerek szűrési és kézbesítési algoritmusaiért, kézbesítési arányok változásából eredő eltérésekért, a címzettek egyéni beállításaiért, valamint az adatbázis minőségéből eredő teljesítményingadozásért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A Szolgáltató nem vállal felelősséget az adatbázis jogszerűségéért. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

6.30. Médiavásárlás

Archetípus: F) Eseti szolgáltatások

1. A szolgáltatás tárgya

A Médiavásárlás szolgáltatás tárgya a Megrendelő fizetett megjelenéseinek stratégiai, tervezett és kontrollált megvalósítása digitális és hagyományos médiafelületeken (különösen display, programmatic, natív, videós megjelenések, outdoor, nyomtatott sajtó, rádió és egyéb offline médiafelületek). A szolgáltatás fókusza a médiaköltségek üzleti célokhoz igazított tervezésén, optimalizálásán és szakmai felügyeletén van, online és offline csatornákon egyaránt. A szolgáltatás nem minősül eredménygaranciának.

2. A szolgáltatás tartalma

A szolgáltatás a megrendelt csomag vagy kampány terjedelméhez igazodva különösen az alábbi tevékenységeket foglalhatja magában: (a) médiatervezés (online és offline csatornamix kialakítása, költségkeret-tervezés és súlyozás, médiaterv készítése); (b) kampányfelépítés és médiavásárlás (online és offline médiafelületek kiválasztása, kreatív anyagok technikai ellenőrzése, kampánybeállítások és konfiguráció); (c) kampánykezelés és optimalizálás (folyamatos felügyelet és monitoring, megjelenési arányok módosítása, alulteljesítő digitális felületek kezelése); (d) offline médiaterv és felületválogatás (nyomtatott sajtó, outdoor, rádió, egyéb offline médiafelületek); (e) offline kampánykoordináció (nyomtatott, outdoor, rádió megjelenések egyeztetése és lebonyolítása); (f) riportálás és szakmai értékelés (elérési és megjelenési adatok, frekvencia- és lefedettség mutatók, költségkeret-felhasználás összefoglalása). A szolgáltatás tartalma és terjedelme minden esetben a megrendelt csomaghoz tartozó órakeret és scope szerint értelmezendő.

A médiaköltség (media spend) része a szolgáltatási díjnak, azt a Megrendelő a Szolgáltatón keresztül fizeti a médiatulajdonos felé.

3. Nem része a szolgáltatásnak

A Médiavásárlás szolgáltatás nem tartalmazza különösen az alábbiakat: (a) online kreatív gyártás (bannerek, videók, animációk tervezése és készítése); (b) offline kreatív gyártás (nyomtatott hirdetések, plakátok, rádióspotok gyártása); (c) landing oldal tervezés vagy fejlesztés; (d) technikai implementáció (tracking kódok, mérési rendszerek telepítése); (e) 0–24 órás kampányfelügyelet vagy ügyeleti rendszer; (f) eredmény-, bevétel- vagy teljesítménygarancia vállalása. A felsorolt elemek kizárólag külön díjazás ellenében, önálló megállapodás alapján vehetők igénybe.

4. Megrendelő kötelezettségei

A Megrendelő köteles: (a) a kampány üzleti és kommunikációs céljait, célcsoportjait és a tervezett kampányidőszakot egyértelműen meghatározni (brief); (b) a márkairányelveket, arculati kézikönyvet és tiltott témaköröket rendelkezésre bocsátani; (c) a kampányhoz szükséges kreatív anyagokat (bannerek, videók, natív hirdetések, nyomtatott anyagok) vagy

azok elkészítéséhez szükséges alapanyagokat határidőben biztosítani; (d) a jóváhagyott médiaköltési keretet a kampány indítása előtt rendelkezésre bocsátani; (e) a szükséges hozzáféréseket (hirdetési rendszerek, mérési eszközök) biztosítani. A Megrendelő késedelme a szolgáltatás teljesítését késleltetheti.

5. Jóváhagyási és válaszadási rend

A kampány indítása három jóváhagyási ponton keresztül történik: (1) médiaterv jóváhagyása (csatornák, felületek, költségkeret-bontás), (2) médiafelületek és kreatívok jóváhagyása (konkrét megjelenési struktúra és hirdetési anyagok), valamint (3) kampányindítás jóváhagyása (az éles indulás feltétele). A jóváhagyás elmaradása vagy késedelme a kampányindítást és az optimalizálási fázist késleltetheti. A jóváhagyott médiaterv és kreatívok nem minősülnek eredménygaranciának.

6. Késedelmek kezelése

Amennyiben a szolgáltatás teljesítése a Megrendelő késedelme miatt (különösen brief, kreatív anyagok, médiaköltési keret vagy jóváhagyás hiánya miatt) csúszik, a Szolgáltató ezért felelősséget nem vállal. A késedelemről eredő teljes vagy részleges kampány meghiúsulás nem érinti az ügynökségi díj elszámolási logikáját.

7. Felelősségi korlátok

A Szolgáltató a Teljeskörű mediavásárlás szolgáltatás keretében a médiatervezésért, kampányfelépítésért, online és offline mediavásárlásért és optimalizálásért vállal felelősséget. Médiatulajdonosi vagy platformoldali technikai hibákért, algoritmus- vagy inventory-változásokért, offline médiamegjelenések nyomdai vagy technikai hibáiért, valamint külső piaci, szezonális vagy versenykörnyezetből fakadó hatásokért a Szolgáltató nem vállal felelősséget. A szolgáltatás nem minősül üzleti, pénzügyi vagy jogi tanácsadásnak.

7. Szolgáltatás-specifikus feltételek és egyedi szerződések

Szolgáltatás-specifikus feltételek: A fenti 6.1–6.30 alfejezetek tartalmazzák minden egyes szolgáltatás specifikus jogi feltételeit, beleértve:

1. A szolgáltatás tárgya és főbb jellemzői
2. A szolgáltatás tartalma és ami nem része a szolgáltatásnak
3. Szolgáltatás-specifikus fogalmak, média vagy IP szabályozás
4. A Megrendelő közreműködési kötelezettsége
5. Jóváhagyási rend (a szolgáltatás archetípusának megfelelően)
6. Díjazás, elszámolás és késedelmek kezelése

7. Felelősségi korlátok és egyéb szolgáltatás-specifikus feltételek

Az Egyedi Szerződés tartalmazza:

- A szolgáltatás pontos nevét (a fenti 6.1–6.30 alfejezetek szerinti megnevezés)
- A szolgáltatás scope-ját (konkrét feladatok, deliverable-ok, teljesítmény-elvárások)
- A díjazás mértékét és fizetési módját (órakeret/projekt/eseti díj, részfizetés, számlázási gyakoriság)
- A teljesítési határidőket (projekt kezdete, mérföldkövek, lezárási határidő)
- A kapcsolattartók nevét és elérhetőségét
- Az esetleges különös feltételeket (pl. exkluzivitás, referencia-jog korlátozása, külön felelősségbiztosítás)

Több szolgáltatás megrendelése: Ha a Megrendelő több szolgáltatást rendel meg (pl. PPC Management + Social Media Management, vagy PPC Audit + PPC Management), akkor minden szolgáltatásra a vonatkozó IV. fejezeti alfejezet (6.1–6.30) feltételei alkalmazandók. A szolgáltatások jogi feltételei egymástól függetlenek, az egyes alfejezetek egymással nem állnak hierarchikus viszonyban (mindegyik lex specialis a saját szolgáltatására nézve).

V. MEGRENDELÉS ÉS SZERZŐDÉS LÉTREJÖTTE

8. Megrendelés módjai

A Megrendelő az alábbi módokon rendelhet meg szolgáltatást a Szolgáltatótól:

a) Droposal (digitális ajánlat-kezelő): A Szolgáltató Droposal platformon keresztül digitális ajánlatot küld a Megrendelőnek, amely tartalmazza a szolgáltatás nevét, scope-ját, díjazását, teljesítési határidejét és az szolgáltatás-specifikus feltételek elérhetőségét. A Megrendelő a Droposal-t elektronikus úton elfogadhatja, amely jogilag egyenértékű az írásbeli Egyedi Szerződés aláírásával.

b) Egyedi ajánlat alapján írásbeli Egyedi Szerződés: A Szolgáltató egyedi ajánlatot küld a Megrendelőnek (e-mail vagy PDF formátumban), amely tartalmazza a szolgáltatás részleteit. Az ajánlat alapján a Felek írásbeli Egyedi Szerződést kötnek, amelyet mindkét Fél aláír (elektronikus aláírás elfogadott).

c) E-mailen történő megrendelés: A Megrendelő e-mailben megrendeli a szolgáltatást, megjelölve a szolgáltatás nevét, a kívánt scope-ot és a határidőket. A Szolgáltató e-mailben válaszol, visszaigazolv a megrendelést és csatolva az IV. fejezet vonatkozó alfejezetét. A Megrendelő visszaigazolása jelenti az Egyedi Szerződés elfogadását.

Formai követelmények: Az írásbeli forma elektronikus úton (e-mail, Droposal, PDF aláírás) is teljesíthető. A Felek az egyszerű elektronikus aláírást (Ptk. 6:6. § (4) bekezdés) elfogadják, fokozott vagy minősített elektronikus aláírás nem szükséges, kivéve, ha jogszabály ettől eltérően rendelkezik.

9. Szerződés létrejötte

A szerződés létrejöttének időpontja: Az Egyedi Szerződés a Szolgáltató visszaigazolásával jön létre, az alábbi módon:

- **Droposal esetén:** A szerződés a Megrendelő általi elektronikus elfogadással jön létre azonnal (a Droposal platform rögzíti az elfogadás időpontját).
- **Egyedi Szerződés aláírása esetén:** A szerződés a Megrendelő aláírásával jön létre (ha a Szolgáltató már aláírta), vagy a Szolgáltató viszont-aláírásával (ha a Megrendelő írta alá előbb).
- **E-mail alapú megrendelés esetén:** A szerződés a Megrendelő visszaigazoló e-mailjének a Szolgáltatóhoz történő megérkezésével jön létre.

Ajánlati kötöttség: A Szolgáltató ajánlata (Droposal, egyedi ajánlat) az ajánlatban megjelölt ideig köti a Szolgáltatót. Ha az ajánlat nem tartalmaz ajánlati kötöttségi határidőt, az alábbi határidők alkalmazandók:

- **Droposal esetén:** 30 nap az ajánlat elküldésétől számítva
- **Egyedi ajánlat esetén:** 15 nap az ajánlat elküldésétől számítva

Az ajánlati kötöttségi határidő letelte után a Szolgáltató nem köteles az ajánlatban szereplő feltételek szerint szerződést kötni, de jogosult az ajánlatot meghosszabbítani vagy módosított feltételekkel újra ajánlatot tenni.

Teljesítési határidő kezdete: A teljesítési határidő az alábbi feltételek együttes teljesülésével kezdődik:

- Az Egyedi Szerződés létrejötte (Szolgáltató visszaigazolása vagy aláírása)
- A Megrendelő által biztosítandó anyagok, hozzáférések, információk átadása (a IV. fejezetben és az IV. fejezet vonatkozó alfejezetében megjelölt közreműködési kötelezettség teljesítése)
- Az első díj befizetése, ha az Egyedi Szerződés előre fizetést (előleg) tartalmaz

Ha a fenti feltételek nem egyidejűleg teljesülnek, a teljesítési határidő a legkésőbb teljesülő feltétel időpontjától kezdődik. A Szolgáltató jogosult a teljesítési határidőt arányosan

meghosszabbítani, ha a Megrendelő közreműködési kötelezettségének késedelmes teljesítése miatt a határidő nem tartható.

Szerződéskötés visszautasítása: A Szolgáltató fenntartja a jogot, hogy indokolás nélkül visszautasítson egy megrendelést (különösen, ha a Megrendelő korábbi szerződésszegése, fizetési késedelme vagy a Szolgáltató kapacitáshiánya indokolja). A visszautasításról a Szolgáltató haladéktalanul értesíti a Megrendelőt, és a szerződés nem jön létre.

9/A. Onboarding protokoll

Alkalmazási kör: Az onboarding protokoll a PPC Management (6.1), Tracking implementáció (6.11), Server-side tracking implementáció (6.11/B), Hírlevél rendszerbeállítás (6.14), Chatbot építés (6.13), Landing page építés (6.12) és minden olyan szolgáltatás esetén alkalmazandó, amely a Megrendelő marketing platformjaihoz való hozzáférést igényli (a továbbiakban: „setup szolgáltatások”).

A Megrendelő kötelezettségei az onboarding során:

(a) A Szolgáltató írásbeli iránymutatása alapján biztosítja a szükséges platform-hozzáféréseket (admin vagy editor jogosultság, a szolgáltatás jellegétől függően). (b) Az Egyedi Szerződés aláírásától számított 5 munkanapon belül megadja a hozzáféréseket, kivéve, ha az Egyedi Szerződés eltérő határidőt határoz meg. (c) A Szolgáltató nem felel a hozzáférések késedelmes biztosításából eredő teljesítési csúszásért.

A Szolgáltató kötelezettségei az onboarding során:

(a) Írásbeli iránymutatást ad a Megrendelőnek a szükséges hozzáférések típusáról, szintjéről és biztosításának módjáról. (b) A hozzáférések megkapása után 3 munkanapon belül ellenőrzi azok működőképességét és jelzi, ha kiegészítés szükséges.

VI. DÍJAZÁS, SZÁMLÁZÁS ÉS FIZETÉS

10. Díjazási modellek

A Szolgáltató az alábbi díjazási modelleket alkalmazza szolgáltatásai esetén. Az alkalmazandó díjazási modellt az Egyedi Szerződés és a vonatkozó szolgáltatás-specifikus feltételek (IV. fejezet) határozza meg.

a) Órakeret-alapú elszámolás (retainer):

Az órakeret-alapú elszámolás **folyamatos jellegű szolgáltatások** esetén alkalmazandó (pl. PPC Management, Social Media Management, CRO/Landing optimalizálás, Lead gyűjtés, Marketing automatizációs tanácsadás, Moderálás, Hírlevél/E-mail Marketing).

- **Díjazás:** Havi vagy negyedéves fix díj, amely előre meghatározott szakmai munkaóra mennyiséget (órakeret) fed le.
- **Elszámolás:** A díj **nem függ** az adott időszakban ténylegesen felhasznált órák számától, hanem az Egyedi Szerződésben rögzített fix órakeret áll rendelkezésre.
- **Órakeret túllépése:** Ha a Megrendelő által kért feladatok az órakeretet meghaladják, a Szolgáltató jelzi a túllépést, és a Felek megállapodnak a többletfeladatok díjazásáról (általában óradíj-alapon vagy órakeret-emelés formájában).
- **Órakeret alulfelhasználása:** Az adott időszakban fel nem használt órák **nem vihetők át** a következő időszakra, kivéve, ha az Egyedi Szerződés eltérően rendelkezik.
- **Számlázás:** Előre, a tárgydíj időszak elején (pl. havi díj esetén a hónap 1. napján).

b) Óradíjas elszámolás:

Az óradíjas elszámolás **projekt vagy folyamatos megbízások** esetén alkalmazandó, ahol a teljesítés havi munkaóra-elszámolással történik.

- **Díjazás:** A Szolgáltató az Egyedi Szerződésben rögzített óradíj alapján számlázza a ténylegesen teljesített és dokumentált munkaórákat.
- **Elszámolás:** A Szolgáltató havi bontásban, timesheet-ben dokumentálja a ráfordított munkaórákat. Az elszámolás alapja a Megrendelő által jóváhagyott feladatokra fordított munkaidő.
- **Munkaóra-felhasználás jelentése:** A Szolgáltató havonta részletes kimutatást biztosít a felhasznált munkaórákról (dátum, feladat, időtartam). A Megrendelő jogosult a kimutatás tartalmát az átvételtől számított 5 munkanapon belül írásban kifogásolni; e határidő elmulasztása esetén a kimutatás elfogadottnak tekintendő.
- **Számlázás:** Havi számlázás a ténylegesen teljesített munkaórákra, a tárgyhónap lezárását követően. A Felek az adott projektszakasz teljesítését követően vagy havi munka esetén minden tárgyhót követően elszámolnak.

c) Projektalapú elszámolás:

A projekthalapú elszámolás **egyszeri, lezárt scope-ú implementációs szolgáltatások** esetén alkalmazandó (pl. WordPress weboldal, Arculattervezés, Kampánykreatív tervezés, Tracking implementáció, Landing page építés, Chatbot építés, Hírlevél rendszerbeállítás).

- **Díjazás:** Egyszeri, fix díj, amely a teljes projektet (scope-ban meghatározott deliverable-ok) lefedi.

- **Elszámolás:** A díj a projekt teljesítéséhez (deliverable-ok átadásához) kapcsolódik, nem az eltöltött órák számához.
- **Részfizetés (mérőföldkövek):** Az Egyedi Szerződés mérőföldkö-alapú részfizetést is meghatározhat (pl. előleg 30%, draft átadása 30%, végleges átadása 40%).
- **Scope változás:** Ha a Megrendelő a projektet módosítja (Change Order), a díjazás arányosan módosul (lásd XVII. fejezet).
- **Számlázás:** Az Egyedi Szerződés szerint (általában mérőföldkö-alapon vagy projekt lezárásakor).

d) Eseti elszámolás:

Az eseti elszámolás **diagnosztikai, stratégiai és eseti jellegű szolgáltatások** esetén alkalmazandó (pl. Audit szolgáltatások, Workshop szolgáltatások, EDM kiküldés, Teljeskörű médiavásárlás).

- **Díjazás:** Alkalomonkénti (audit, workshop, kampány) fix díj, amely az adott alkalomhoz (diagnosztikai jelentés, workshop dokumentum, kampány kivitelezése) kapcsolódik.
- **Elszámolás:** A díj az alkalom teljesítéséhez (jelentés átadása, workshop megtartása, kampány lezárása) kapcsolódik.
- **Többalkalmas szolgáltatások:** Ha a szolgáltatás több alkalomból áll (pl. Oktatás/Tréning 3 alkalom), az Egyedi Szerződés meghatározhatja, hogy az alkalmak külön-külön vagy egyben kerülnek-e kiszámlázásra.
- **Számlázás:** Az Egyedi Szerződés szerint (általában az alkalom teljesítése után).

e) Media spend elkülönítése:

A **hirdetési költség (media spend)** minden díjazási modellben **elkülönül a szolgáltatási díjtól**. A media spend a hirdetési platformok (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads, stb.) felé közvetlenül kifizetett költségkeret, amely **nem része a Szolgáltató bevételeinek** (ügynökségi fee).

- **Fiókmodell:** A media spend a Megrendelő fiókján keresztül kerül kifizetésre (Megrendelő fizeti közvetlenül a platformnak), vagy a Szolgáltató által kezelt fiókon keresztül (Megrendelő előre utalt keretből).
- **Elszámolás:** A Szolgáltató rendszeres riportokat biztosít a media spend felhasználásáról, a hirdetési kampányok teljesítményéről.
- **Részletes szabályozás:** A media spend részletes szabályozását jelen ÁSZF XVI. fejezete tartalmazza.

10/A. Általános teljesítési határidő

A szolgáltatások teljesítési határidejét az Egyedi Szerződés határozza meg. Jelen ÁSZF nem tartalmaz általános teljesítési határidőt, kizárólag a teljesítési csúszás szabályozását.

Csúszás kezelése: Amennyiben a Szolgáltató saját érdekköréből fakadó okból késedelembe esik az Egyedi Szerződésben rögzített teljesítési határidőhöz képest, az alábbi szabályok alkalmazandók:

(a) A Szolgáltató haladéktalanul értesíti a Megrendelőt a várható csúszás mértékéről és okáról. (b) A Szolgáltató javaslatot tesz az új teljesítési határidőre. (c) 15 munkanapot meghaladó csúszás esetén a Megrendelő jogosult az Egyedi Szerződést rendkívüli felmondással megszüntetni (lásd §23). (d) A Megrendelő késedelme miatti csúszás nem minősül a Szolgáltató késedelmének (lásd a IV. fejezet vonatkozó szolgáltatás-specifikus feltételeit).

11. Számlázás és fizetési határidő

Számlázás gyakorisága: A számlázás gyakorisága az Egyedi Szerződésben és a díjazási modellben meghatározottak szerint:

- **Órakeret-alapú (retainer) szolgáltatások:** Havi vagy negyedéves számlázás, előre (a tárgyidőszak elején).
- **Óradíjas szolgáltatások:** Havi számlázás a ténylegesen teljesített munkaórákra, a tárgyhónap lezárását követően.
- **Projektalapú szolgáltatások:** Mérföldkő-alapú részszámlázás vagy projekt lezárásakor teljes összegű számlázás (az Egyedi Szerződés szerint).
- **Eseti szolgáltatások:** Az alkalom teljesítése után (jelentés átadása, workshop megtartása, kampány lezárása után).

Számla tartalma: A Szolgáltató által kiállított számla tartalmazza:

- A Szolgáltató és a Megrendelő cégjegyzékszámát, adószámát
- A szolgáltatás megnevezését (Egyedi Szerződés hivatkozással)
- A teljesítés időpontját (az adott időszak vagy mérföldkő)
- A nettó díjat, ÁFA mértékét és összegét, bruttó díjat
- A fizetési határidőt

Fizetési határidő: A számla kézhezvételétől (e-mailben megküldött számla esetén az e-mail megérkezésétől) számított **8 nap**. Az Egyedi Szerződés ennél hosszabb vagy rövidebb fizetési határidőt is meghatározhat.

Fizetési mód: A Megrendelő a számlát banki átutalással egyenlíti ki a számlán feltüntetett bankszámlaszámra. Más fizetési mód (bankkártya, készpénz) csak előzetes megállapodás alapján elfogadott.

Késedelmi kamat: Ha a Megrendelő a fizetési határidőt elmulasztja, a Szolgáltató jogosult a **Ptk. szerinti késedelmi kamatra** (a jegybanki alapkamat + 8 százalékpont), a késedelem időtartamára. A késedelmi kamat a fizetési határidő lejártát követő naptól a kifizetés napjáig jár.

Fizetési késedelem következményei: Ha a Megrendelő fizetési késedelme meghaladja a 15 napot, a Szolgáltató jogosult:

- A folyamatban lévő szolgáltatást felfüggeszteni (nem teljesíteni) a díj megfizetéséig
- Rendkívüli felmondással megszüntetni a szerződést (lásd XIII. fejezet)
- Jogi úton behajtani a követelést (a behajtási költségek a Megrendelőt terhelik)

Reklamáció: A számlával kapcsolatos reklamációt a Megrendelő a számla kézhezvételétől számított **8 napon belül** írásban (e-mail elfogadott) köteles a Szolgáltatóhoz benyújtani. A reklamációnak tartalmaznia kell a számla azonosítóját, a kifogás pontos leírását és a Megrendelő javaslatát. A Szolgáltató a reklamációt 5 munkanapon belül megvizsgálja és válaszol. Ha a reklamáció megalapozott, a Szolgáltató helyesbítő számlát vagy jóváírást állít ki.

Előleg: Az Egyedi Szerződés előleget is meghatározhat, különösen projektalapú szolgáltatások esetén. Az előleg mértéke a teljes díj 50%-a, amely a szerződéskötést követően esedékes. Az előleg befizetése a teljesítési határidő kezdetének feltétele lehet (lásd V. fejezet 9. pont).

VII. FELEK JOGAI ÉS KÖTELEZETTSÉGEI

12. Szolgáltató jogai és kötelezettségei

Gondossági kötelelem (Ptk. 6:123. §):

A Szolgáltató **gondossági kötelmet** vállal, azaz köteles a szakmájában elvárható gondossággal eljárni a szolgáltatás teljesítése során. A gondossági kötelelem azt jelenti, hogy a Szolgáltató:

- A marketing ügynökségi szakmában általánosan elfogadott **best practice**-eket alkalmazza
- Naprakész szakmai ismeretekkel rendelkezik a platformok (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn, stb.) használatáról, algoritmusairól, szabályzatairól
- A Megrendelő üzleti céljaira és iparági sajátosságaira szabott javaslatokat tesz

- Az elvárható szakmai színvonalon végzi el a szolgáltatásban meghatározott feladatokat

A gondossági kötelem nem jelent eredménygaranciát (lásd IX. fejezet). A Szolgáltató nem garantálja konkrét KPI-ok (impressziók, kattintások, konverziók, ROAS, stb.) elérését, mert azok a Szolgáltatón kívül álló tényezőktől is függnék (platform algoritmusok, versenykörnyezet, Megrendelő terméke/szolgáltatása, landing page minősége, stb.).

Javaslattételi kötelezettség:

A Szolgáltató köteles **aktív kommunikációt** folytatni a Megrendelővel, és rendszeresen optimalizálási javaslatokat tenni:

- A kampányok, tartalmak, weboldal vagy más marketing aktivitások teljesítményének javítására irányuló javaslatok
- Platform-változások (algoritmus-update, új funkciók, szabályzat-módosítás) hatásainak ismertetése, adaptációs javaslatok
- Költségvetés-optimalizálási javaslatok (pl. media spend átcsoportosítás, hatékonyabb targetálás)
- Új marketing lehetőségek, trendek ismertetése a Megrendelő iparágában

A javaslatok megtétele a Szolgáltató kötelezettsége, de a javaslatok elfogadása vagy elutasítása a Megrendelő döntése. A Szolgáltató nem felel a Megrendelő által elutasított javaslatok elmaradásának következményeiért.

Riportálási kötelezettség:

A Szolgáltató köteles **rendszeres teljesítményriportokat** biztosítani a Megrendelő számára, az Egyedi Szerződésben meghatározott gyakorisággal (általában havi, negyedéves vagy projekt-alapú):

- Kampányok teljesítménye (impressziók, kattintások, konverziók, költség, ROAS, stb.)
- Social média aktivitás teljesítménye (reach, engagement, követőszám-növekedés, stb.)
- Weboldal teljesítménye (forgalom, konverziók, heatmap, stb.)
- Órakeret-felhasználás (órakeret-alapú szolgáltatások esetén)
- Mérföldkövek teljesítése (projektalapú szolgáltatások esetén)

A riportok formátuma: PDF, Excel, Google Data Studio dashboard vagy más, a Felek által elfogadott formátum.

Titoktartási kötelezettség:

A Szolgáltató köteles **bizalmasan kezelni** a Megrendelő üzleti titkait, bizalmas információit, amelyekről a szerződés teljesítése során tudomást szerez. A titoktartási kötelezettség részletes szabályozását jelen ÁSZF XI. fejezete tartalmazza.

Szolgáltató egyéb jogai:

- Jogosult a Megrendelő közreműködési kötelezettségének elmaradása esetén a teljesítési határidőt arányosan meghosszabbítani
- Jogosult a scope változásra (Change Order) irányuló kérelem esetén a díjazás és határidő módosítását javasolni
- Jogosult a késedelmes fizetés esetén a szolgáltatást felfüggeszteni vagy a szerződést rendkívüli felmondással megszüntetni
- Jogosult az elkészült munkákat **referenciálni** (portfólióban, weboldalon, social média csatornákon), kivéve, ha az Egyedi Szerződés ezt korlátozza

13. Megrendelő jogai és kötelezettségei

Közreműködési kötelezettség:

A Megrendelő köteles a Szolgáltató teljesítéséhez szükséges **anyagokat, információkat, hozzáféréseket határidőben biztosítani:**

- **Anyagok:** Brand guide, logók, fotók, videók, szövegek, termékadatok, árlista, korábbi kampányok anyagai
- **Információk:** Üzleti célok, célcsoportok, budget, korlátozások (pl. tilalom bizonyos szavakra, iparági érzékenységek), korábbi kampányok eredményei
- **Hozzáférések:** Google Ads fiók, Meta Ads Manager, LinkedIn Campaign Manager, Google Analytics, WordPress admin, domain és hosting hozzáférések, e-mail marketing platform (MailChimp, ActiveCampaign, stb.)
- **Jóváhagyások:** Kampánytervek, kreatív draft-ok, landing page design-ok, stratégiai dokumentumok időben történő jóváhagyása (lásd XVII. fejezet)

Ha a Megrendelő közreműködési kötelezettségét késedelmesen teljesíti, a teljesítési határidő arányosan meghosszabbodik. Ha a közreműködés elmaradása a Szolgáltató teljesítését lehetetlenné teszi, a Szolgáltató mentesül a teljesítési kötelezettség alól.

Jóváhagyási kötelezettség:

A Megrendelő köteles az Egyedi Szerződésben és az IV. fejezet vonatkozó alfejezetében meghatározott **jóváhagyási határidőben** jóváhagyni vagy visszajelzést adni a Szolgáltató által

benyújtott anyagokra (kampánytervek, kreatív draft-ok, landing page design-ok, stratégiai dokumentumok):

- A jóváhagyás vagy visszajelzés határideje általában 2-5 munkanap (szolgáltatásonként és archetípusonként eltérő)
- Ha a Megrendelő a határidőn belül nem ad visszajelzést, a Szolgáltató jogosult a hallgatólagos elfogadást feltételezni és folytatni a munkát
- A módosítási kérelmek száma az Egyedi Szerződésben rögzített (általában 1-2 ingyenes módosítási kör, további módosítások külön díjazás ellenében)

A jóváhagyási rend részletes szabályozását jelen ÁSZF XVII. fejezete tartalmazza.

Fizetési kötelezettség:

A Megrendelő köteles a szolgáltatási díjakat az Egyedi Szerződésben és jelen ÁSZF VI. fejezetében meghatározott **határidőben megfizetni** (általában számla kézhezvételétől 8 nap). A késedelmes fizetés jogkövetkezményeit jelen ÁSZF VI. fejezet 11. pontja és XIII. fejezete tartalmazza.

Tájékoztatási kötelezettség:

A Megrendelő köteles **haladéktalanul tájékoztatni** a Szolgáltatót az alábbi változásokról:

- Üzleti célok, stratégia, budget jelentős változása
- Termék/szolgáltatás változása (új termék, megszűnő termék, árváltozás)
- Jogi korlátozások (új jogszabály, platform-szabályzat, iparági korlátozás)
- Versenykörnyezet változása (új versenytárs, piaci esemény)
- Megrendelő szervezeti változásai (kapcsolattartó személye, döntéshozó személye, cégalapítók)

A tájékoztatási kötelezettség elmulasztása esetén a Szolgáltató nem felel a tájékoztatás elmaradásából eredő teljesítménycsökkenésért vagy hibákért.

Megrendelő egyéb jogai:

- Jogosult a Szolgáltatótól rendszeres riportokat kérni a teljesítményről (lásd Szolgáltató riportálási kötelezettsége)
 - Jogosult scope változást (Change Order) kezdeményezni, a XVII. fejezet szerint
 - Jogosult a szerződést az XIII. fejezet szerint felmondani
 - Jogosult a Szolgáltatótól szakmai tanácsokat, javaslatokat kérni (ez a Szolgáltató javaslattételi kötelezettségének része)
-

VIII. SZELLEMI TULAJDON ÉS FELHASZNÁLÁSI JOGOK

14. Kreatív deliverable-ok szerzői joga

Szerzői jog (Szjt. 1. §):

A Szolgáltató által készített **kreatív deliverable-ok** (logók, arculati elemek, hirdetések, kampánygrafika, videók, brand guide, landing page design, hírlevél design, stb.) **szerzői joga a Szolgáltatót illeti meg**. A szerzői jog a mű létrehozásával (elkészítésével) automatikusan keletkezik, a Szolgáltató javára.

Felhasználási jog átadása (Szjt. 9/A. §):

Az Egyedi Szerződésben foglalt díj megfizetésével és a kreatív deliverable véglegesítésével (Megrendelő általi jóváhagyásával) a Megrendelő **nem kizárólagos, időben és területileg korlátlan felhasználási jogot** szerez az alábbi felhasználási módokra:

- **Nyilvánossághoz közvetítés:** A kreatív deliverable-ok felhasználása marketing célokra (weboldalon, social média csatornákon, hirdetésekben, hírlevélben, nyomtatott anyagokon, stb.)
- **Többszörözés:** A kreatív deliverable-ok sokszorosítása (nyomtatás, digitális másolás, stb.)
- **Átdolgozás:** A kreatív deliverable-ok belső célokra történő kisebb módosítása (méretezés, levágás, színekorekció), de nem a kreatív koncepció jelentős megváltoztatása

A felhasználási jog nem kizárólagos jellege: A Szolgáltató fenntartja a jogot, hogy a kreatív deliverable-okat referenciálni tudja (portfólióban, weboldalon, social média csatornákon), valamint hogy hasonló kreatív megoldásokat más Megrendelőknek is készítsen.

Kizárólagos felhasználási jog: Ha a Megrendelő kizárólagos felhasználási jogot kíván szerezni (a Szolgáltató nem referenciálhatja, nem készíthet hasonló munkát más Megrendelőnek), azt az Egyedi Szerződésben külön kell rögzíteni, és külön díjazás ellenében biztosítható.

Referencia-jog: A Szolgáltató jogosult az elkészült kreatív deliverable-okat **referenciálni** a saját marketing céljára (weboldalon, social média csatornákon, portfólióban, esettanulmányokban), kivéve, ha az Egyedi Szerződés ezt korlátozza (pl. bizalmas projekt, versenytársi érzékenység).

Forrásfájlok: A **forrásfájlok** (Adobe Photoshop PSD, Adobe Illustrator AI, Figma design fájlok, Adobe Premiere projekt fájlok, stb.) **nem részei az alapszolgáltatásnak**. A forrásfájlok átadása külön díjazás ellenében lehetséges, az Egyedi Szerződésben rögzítve. Az alapszolgáltatás keretében csak a **véglegesített deliverable-ok** (PDF, JPG, PNG, MP4, stb.) kerülnek átadásra.

Harmadik fél által készített elemek: Ha a kreatív deliverable harmadik fél által készített elemeket tartalmaz (stock fotók, ikonok, betűtípusok licenszei), azokra az adott harmadik fél licensz-feltételei vonatkoznak. A Szolgáltató jelzi a Megrendelőnek, ha harmadik féltől származó licenszelt elemeket használ, és biztosítja, hogy azok használata legális.

15. Meglévő IP és licenszek

Megrendelő IP-je:

A Megrendelő **meglévő szellemi tulajdona** (logo, arculat, brand guide, márkanev, domain, korábbi marketing anyagok, termékfotók, stb.) **a Megrendelő tulajdona marad**. A Szolgáltató csak felhasználási jogot szerez ezen anyagokra a szolgáltatás teljesítéséhez szükséges mértékben (pl. a Megrendelő logóját használhatja a hirdetésekben, a brand guide-et követheti az arculattervezésben).

A Megrendelő szavatolja, hogy a Szolgáltató rendelkezésére bocsátott anyagok (logók, fotók, szövegek, stb.) **nem sértik harmadik fél szellemi tulajdonjogát** (szerzői jog, védjegyjog, stb.). Ha harmadik fél szellemi tulajdonjog-sértés miatt követelést támaszt a Szolgáltatóval szemben a Megrendelő anyagai miatt, a Megrendelő köteles a Szolgáltatót mentesíteni és megtéríteni a Szolgáltató kárát.

Harmadik fél licenszei:

A szolgáltatás teljesítése során felhasznált **harmadik fél licenszelt elemek** (stock fotók, ikonok, betűtípusok, WordPress plugin-ek, page builder sablonok, stb.) költségét **külön kell díjazni**, kivéve, ha az Egyedi Szerződés másként rendelkezik. A Szolgáltató jelzi a Megrendelőnek, ha harmadik féltől származó licenszelt elemeket kíván használni, és azok költségét.

A licenszek beszerzése:

- **Szolgáltató szerzi be:** A Szolgáltató a licenszeket beszerezheti a Megrendelő nevében, és a licensz költségét továbbszámlázza (a Megrendelő tulajdonába kerül a licensz)
- **Megrendelő szerzi be:** A Megrendelő saját maga szerzi be a licenszeket, és biztosítja a hozzáférést a Szolgáltatónak

Platform-hozzáférések:

(a) **Médiavásárlási fiókok:** A Szolgáltató által létrehozott és kezelt médiavásárlási platformfiókok és annak tartalma (Google Ads fiókok, Meta Ads Manager fiókok, LinkedIn Campaign Manager fiókok, egyéb hirdetési platformfiókok) a **Szolgáltató tulajdonát** képezik. Ezen fiókok a szerződés megszűnése esetén nem kerülnek átadásra a Megrendelőnek. A fiókok tartalma (kampánystruktúrák, célzási beállítások, remarketing listák, automatizálási szabályok) a Szolgáltató szellemi tulajdonát képezi.

(b) **PPC és social szolgáltatások fiókjai (Médiavásárlás esetét kivéve):** A PPC és social szolgáltatásokat érintő marketingplatformokon létrehozott fiók tartalmak a **Megrendelő tulajdonát** képezik.

(c) **Harmadik félhez történő hozzáférés-adás tilalma:** A Megrendelő nem jogosult a Szolgáltató által kezelt platformfiókokhoz, kampánystruktúrákhoz, belső eszközökhöz harmadik felet (különösen más ügynökséget, freelancert a Szolgáltató írásbeli hozzájárulása nélkül) hozzáfértetni. Ezen tilalom megszegése esetén a Megrendelő kötbér fizetésére köteles, amelynek összege az **elmúlt 12 hónap megbízási díjainak összege**. A tilalom indoka a Szolgáltató know-how-jának védelme, az illetéktelen módosítások (pl. túlköltség, kampánystruktúra felborítása, célzási beállítások megváltoztatása) megelőzése, valamint a szolgáltatás minőségének biztosítása.

IX. EREDMÉNYGARANCIA EXPLICIT KIZÁRÁSA

16. Gondossági kötelem és eredménykötelem

A Szolgáltató a marketing ügynökségi szolgáltatások teljesítése során **gondossági kötelmet** vállal (Ptk. 6:123. §), **nem eredménykötelmet**.

A gondossági kötelem azt jelenti, hogy a Szolgáltató köteles a szakmájában általánosan elvárható gondossággal, szakértelemmel és best practice-ekkel eljárni. A Szolgáltató vállalja, hogy:

- Naprakész szakmai tudással rendelkezik a marketing platformok (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn, Google Analytics, stb.) használatáról
- A Megrendelő üzleti céljaihoz és iparágához illeszkedő stratégiákat, kampányokat tervez
- A rendelkezésre álló eszközökkel és információkkal a lehető legjobb eredményt célzó optimalizálásokat végez
- Rendszeresen riportál a teljesítményről és optimalizálási javaslatokat tesz

A gondossági kötelem nem jelent eredménygaranciát. A Szolgáltató **nem garantálja konkrét KPI-ok** (impressziók, kattintások, konverziók, CPA, CPC, ROAS, CTR, követőszám-növekedés, organikus forgalom, stb.) **elérését**, mert azok nem kizárólag a Szolgáltató teljesítményétől függenek.

A marketing teljesítmény függ:

- **Platform algoritmusváltozásoktól:** A Google Ads, Meta Ads, LinkedIn és egyéb platformok algoritmusai folyamatosan változnak, amelyek a Szolgáltatón kívül állnak. Az algoritmusváltozások teljesítménycsökkenést vagy teljesítménynövekedést is okozhatnak, függetlenül a Szolgáltató munkájától.
- **Versenykörnyezettől:** A Megrendelő versenytársai, a piac telítettsége, a hirdetési árverési dinamika (CPC/CPM árak emelkedése) a Szolgáltató kontrolálásán kívül áll.
- **Piaci körülményektől:** Gazdasági környezet, szezonális ingadozások, fogyasztói trendek változása hatással van a kampányok teljesítményére.
- **Megrendelő termék/szolgáltatás minőségétől:** A Megrendelő által kínált termék/szolgáltatás minősége, ára, érték-ajánlata (value proposition), customer service minősége közvetlenül befolyásolja a konverziós rátát.
- **Landing page-ek és weboldal minőségétől:** A hirdetésekből érkező látogatók konverziója függ a landing page és weboldal minőségétől (UX/UI, sebesség, tartalom), amelyet a Szolgáltató nem minden esetben készít vagy kontrollál.
- **Megrendelő brand ismertségétől és reputációjától:** A Megrendelő brand ismertsége, korábbi ügyfél-vélemények, piaci pozíciója hatással van a kampányok teljesítményére.

17. Tervezési és optimalizációs felelősségvállalás

Jóváhagyott anyagok nem minősülnek eredménygaranciának:

A Megrendelő által jóváhagyott kampánytervek, kreatív anyagok, stratégiai dokumentumok, landing page design-ok **nem minősülnek eredménygarancia vállalásának**. A jóváhagyás azt jelenti, hogy a Megrendelő egyetért a javasolt megközelítéssel, de nem jelenti azt, hogy a Szolgáltató garantálja a jóváhagyott anyagok konkrét teljesítményét (konverziók, ROAS, stb.).

Optimalizálási kötelezettség eredménygarancia nélkül:

A Szolgáltató köteles **optimalizálási javaslatokat tenni** a kampányok, tartalmak, weboldal vagy más marketing aktivitások teljesítményének javítására (lásd VII. fejezet 12. pont), de ez nem jelent garanciát arra, hogy az optimalizálás konkrét KPI-javulást eredményez. Az optimalizálás célja a **teljesítmény javításának megkísérlése**, nem annak garantálása.

Becslések és előrejelzések: Ha a Szolgáltató előzetes becsléseket vagy előrejelzéseket ad a várható teljesítményről (pl. kampány-tervezés során becsült ROAS, konverziók), azok **nem minősülnek garanciának**, hanem tájékoztató jellegű, múltbeli adatokon és iparági

benchmarkokon alapuló becsléseknek. A tényleges teljesítmény a becslésektől eltérhet, a fent felsorolt külső tényezők miatt.

X. FELELŐSSÉGGKORLÁTOZÁS

18. Felelősségi cap

Szolgáltató felelőssége maximálva:

A Szolgáltató felelőssége a káresemény alapjául szolgáló Egyedi Szerződés szerinti **szolgáltatási díj 20%-ában van maximálva.**

Alkalmazási kör:

A felelősségi cap csak a **szerződésen alapuló kártérítési felelősségre** (Ptk. 6:152. §) vonatkozik, azaz amikor a Szolgáltató szerződésszegése miatt a Megrendelőnek kára keletkezik. A felelősségi cap nem vonatkozik a szerződésen kívüli (deliktuális) felelősségre (pl. személyiségi jogsértés, szellemi tulajdonjog-sértés).

Közvetett károk, elmaradt haszon:

A Szolgáltató **nem felel** az alábbi károkért:

- **Közvetett károk:** Olyan károk, amelyek nem közvetlenül a szerződésszegésből erednek, hanem annak következményeiből (pl. Megrendelő üzleti reputációjának csökkenése, versenyhátránnyá válás).
- **Elmaradt haszon:** A Megrendelő elmaradt bevétele, nyeresége, amely abból ered, hogy a marketing kampány nem hozta a várt eredményt (lásd IX. fejezet: eredménygarancia kizárása).
- **Adatvesztés:** A harmadik fél platformok (Google Ads, Meta Ads, stb.) által okozott adatvesztés, riportolási hiba (lásd platform-specifikus kizárások).
- **Üzletmenet megszakadása:** Ha a marketing kampány teljesítménycsökkenése miatt a Megrendelő üzletmenete megszakad vagy csökken.

Kivételek a felelősségi cap alól:

A felelősségkorlátozás **nem alkalmazható** az alábbi esetekben:

- **Szándékos károkozás:** Ha a Szolgáltató vagy munkatársai szándékosan okoznak kárt a Megrendelőnek.

- **Súlyos gondatlanság:** Ha a Szolgáltató vagy munkatársai súlyosan gondatlanul járnak el (a gondossági kötelem kirívó megszegése).
- **Személyiségi jogsértés:** Ha a Szolgáltató tevékenysége harmadik fél személyiségi jogát sérti (pl. engedély nélküli fotóhasználat hirdetésben).
- **Szellemi tulajdonjog-sértés:** Ha a Szolgáltató által készített anyag harmadik fél szerzői jogát, védjegyjogát sérti.

19. Platform-specifikus kizárások

A Szolgáltató **nem vállal felelősséget** az alábbi, harmadik fél platformok által okozott hibákért, változásokért és korlátozásokért:

a) Harmadik fél platformok hibái:

A Google Ads, Meta Ads Manager, LinkedIn Campaign Manager, Google Analytics, WordPress, MailChimp, Brizy, ManyChat és egyéb harmadik fél platformok technikai hibái (pl. platform downtime, kampány-leállítás, riportolási hibák, számlázási hibák) **a Szolgáltató kontrolálásán kívül állnak**. A Szolgáltató nem felel a platformhibák által okozott teljesítménycsökkenésért, adatvesztésért vagy egyéb károkért.

b) Algoritmusváltozások:

A platformok (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn, stb.) algoritmusainak változásai **a Szolgáltató kontrolálásán kívül állnak**. Az algoritmusváltozások hatással lehetnek a kampányok teljesítményére (CPC/CPM növekedés, impressziók csökkenése, konverziók változása), amelyekért a Szolgáltató nem felel. A Szolgáltató köteles tájékoztatni a Megrendelőt a jelentős algoritmusváltozásokról és adaptációs javaslatokat tenni, de az algoritmusváltozás hatása nem a Szolgáltató felelőssége.

c) Szabályzatváltozások:

A platformok felhasználási feltételeinek (Terms of Service), hirdetési szabályzatának (Ads Policy) változásai **a Szolgáltató kontrolálásán kívül állnak**. Ha a platformok új szabályzatot vezetnek be (pl. tiltott szavak, tiltott iparágak, új compliance követelmények), és ez hatással van a kampányokra, a Szolgáltató nem felel a szabályzatváltozás következményeiért. A Szolgáltató köteles tájékoztatni a Megrendelőt a szabályzatváltozásokról és adaptációs javaslatokat tenni.

d) Fiókkorlátozások (ad account ban, kampányelutasítás):

A platformok döntése a Megrendelő fiókjának korlátozásáról (ad account ban, suspension), kampányok elutasításáról (ad disapproval), vagy egyéb compliance-problémákról **a Szolgáltató kontrolálásán kívül áll**. A Szolgáltató köteles a platformok szabályzatait betartani és a

kampányokat szabályosan beállítani, de ha a platform mégis korlátozást alkalmaz (pl. automatizált rendszer hibás döntése), a Szolgáltató nem felel a korlátozás következményeiért.

A Szolgáltató köteles segíteni a Megrendelőnek a fiók-visszaállítási folyamatban (fellebbezés, support ticket), de nem garantálja a fiók-visszaállítás sikerét.

e) Technikai hibák:

A platformok downtime-ja (a platform nem elérhető), adatvesztés (a platform által tárolt adatok törlődnek vagy sérülnek), riportolási hibák (a platform hibásan jeleníti meg a teljesítményadatokat) **a Szolgáltató kontrolálásán kívül állnak**. A Szolgáltató nem felel a platformok technikai hibái által okozott károkért.

Részletes platform-specifikus feltételek: Jelen ÁSZF XVIII. fejezete tartalmazza a platformok felhasználási feltételeinek hivatkozásait és az algoritmus-változás kockázatának részletes szabályozását.

XI. TITOKTARTÁS

20. Bizalmas információk

Bizalmas információ fogalma:

Jelen ÁSZF alkalmazásában **bizalmas információnak** minősül minden olyan információ, adat, dokumentum, amelyet a Szolgáltató a szerződés teljesítése során a Megrendelőtől megkap vagy amelyről tudomást szerez, és amely nem nyilvános:

- **Üzleti titkok:** Üzleti stratégia, célcsoportok, pozicionálás, árképzés, díjazási modellek, költségvetés, bevételi adatok, nyereség, veszteség, üzleti tervek, budget allokáció, media spend részletek
- **Marketing adatok:** Kampányok teljesítményadatai (KPI-ok: impressziók, kattintások, konverziók, ROAS, CPA, stb.), kampánystratégiák, targetálási szempontok, kulcsszavak, ajánlati stratégiák, hirdetési szövegek, landing page-ek tartalma
- **Ügyfél- és piaci információk:** Megrendelő ügyféllistája, adatbázisai, customer journey, versenytársi helyzet, piaci pozíció, iparági benchmarkok
- **Technikai adatok:** Hozzáférési adatok (Google Ads fiók, Meta Ads Manager, Analytics, WordPress admin, stb.), platformfiók-beállítások, tracking konfigurációk, API kulcsok
- **Egyéb bizalmas információk:** Bármely olyan információ, amelyet a Megrendelő bizalmasnak minősít, vagy amelynek bizalmas jellege a körülményekből következik

Titoktartási kötelezettség:

A Szolgáltató vállalja, hogy:

- **Bizalmasan kezeli** a Megrendelő bizalmas információit, és azokat harmadik fél számára nem adja ki, nem hozza nyilvánosságra, és nem használja fel a szerződés teljesítésén kívüli célra
- **Munkatársait és alvállalkozóit** kötelezi a titoktartásra, biztosítja, hogy a bizalmas információkhoz csak azok a munkatársak férhessenek hozzá, akiknek a szerződés teljesítéséhez szükségük van rá
- **Megfelelő technikai és szervezési intézkedéseket** alkalmaz a bizalmas információk védelmére (pl. jelszóval védett fájlok, titkosított kommunikáció, korlátozott hozzáférés)

Megszűnés utáni fenntartás:

A titoktartási kötelezettség **a szerződés megszűnése után is érvényben marad**, határozatlan ideig a szerződés megszűnésétől számítva. Ez azt jelenti, hogy a Szolgáltató a szerződés megszűnése után is köteles a Megrendelő bizalmas információit védeni, még akkor is, ha a felek közötti szerződéses jogviszony már nem áll fenn.

Kivételek:

A titoktartási kötelezettség nem vonatkozik az alábbi információkra:

- **Nyilvános információk:** Olyan információk, amelyek a szerződés megkötésekor vagy később általánosan hozzáférhetővé váltak, és nem a Szolgáltató kötelezettségzegése miatt
- **Bírósági vagy hatósági kötelezettség:** Ha jogszabály vagy bírósági/hatósági határozat alapján a Szolgáltató köteles a bizalmas információt kiadni (pl. bírósági idézés, adóhatósági vizsgálat, NAIH megkeresés). Ilyen esetben a Szolgáltató köteles előzetesen értesíteni a Megrendelőt, hogy az lehetőség szerint jogorvoslattel éljen
- **Megrendelő hozzájárulása:** Ha a Megrendelő kifejezetten írásban hozzájárul az információ nyilvánosságra hozatalához vagy harmadik fél részére történő átadásához
- **Független forrásból származó információ:** Ha a Szolgáltató az információt a Megrendelőtől függetlenül, nyilvánosan elérhető forrásból vagy más, jogszerű módon szerezte meg

Titoktartási kötelezettség megsértésének következményei:

Ha a Szolgáltató megszegi a titoktartási kötelezettséget (jogosulatlanul kiadja, nyilvánosságra hozza vagy a szerződésen kívüli célra felhasználja a Megrendelő bizalmas információit), a Megrendelő jogosult:

- **Kártérítést követelni** a Ptk. szerződésen alapuló kártérítési szabályok szerint (Ptk. 6:152. §)
- **Rendkívüli felmondással megszüntetni** a szerződést (lásd XIII. fejezet 23. pont)
- **Egyéb jogorvoslati eszközöket** igénybe venni (pl. személyiségi jogsértés, üzleti titok megsértése miatt polgári per, büntetőjogi felelősség)

Referencia-jog és titoktartás viszonya:

A Szolgáltató jogosult a teljesített szolgáltatást referenciálni (lásd VIII. fejezet 14. pont), de a referenciálás során **nem hozhatja nyilvánosságra** a Megrendelő bizalmas információit (pl. konkrét KPI-ok, budget, stratégiai részletek). A referenciálás a Megrendelő nevének, a szolgáltatás típusának és általános eredmények (pl. "növeltük a konverziós rátát") megemlítésére korlátozódik, kivéve, ha a Megrendelő kifejezetten hozzájárul a részletesebb adatok nyilvánosságra hozatalához.

XII. ADATVÉDELEM

21. Adatvédelmi alapelvek

Alkalmazandó jogszabályok:

A Szolgáltató és a Megrendelő a személyes adatok kezelése során az alábbi jogszabályok rendelkezései szerint járnak el:

- **GDPR (EU 2016/679):** Az Európai Parlament és a Tanács 2016/679 rendelete a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról
- **Infotv. (2011. évi CXII. törvény):** Az információs önrendelkezési jogról és az információszabadságról szóló magyar törvény

Adatkezelő vs. adatfeldolgozó:

A marketing ügynökségi szerződések teljesítése során a Felek adatvédelmi szerepköre szolgáltatásonként eltérő lehet:

a) Szolgáltató mint adatfeldolgozó (GDPR Art. 28):

A legtöbb szolgáltatás esetén (pl. PPC Management, Social Media Management, E-mail Marketing, Lead gyűjtés) a Szolgáltató **adatifeldolgozóként** jár el, azaz a Megrendelő

(adatkezelő) nevében és utasítása alapján személyes adatokat kezel (pl. a Megrendelő ügyfeleinek e-mail címei, neve, demográfiai adatai, viselkedési adatai).

Az adatfeldolgozói minőség azt jelenti, hogy:

- **A Megrendelő az adatkezelő:** A Megrendelő határozza meg az adatkezelés célját és eszközeit, ő a felelős az érintettek (Megrendelő ügyfelei) jogainak biztosításáért
- **A Szolgáltató az adatfeldolgozó:** A Szolgáltató csak a Megrendelő utasítása alapján kezeli a személyes adatokat, és nem használhatja fel azokat saját céljaira
- **Adatfeldolgozói szerződés (DPA) szükségessége:** A GDPR Art. 28 (3) bekezdése alapján az adatkezelő (Megrendelő) és az adatfeldolgozó (Szolgáltató) között **írásbeli adatfeldolgozói szerződést** (Data Processing Agreement, DPA) kell kötni, amely rögzíti az adatfeldolgozás tárgyát, időtartamát, az adatok típusát, az érintettek körét, a Szolgáltató kötelezettségeit és jogait

b) Szolgáltató nem válik adatkezelővé a Megrendelő ügyfél-adatbázisa tekintetében:

Fontos, hogy **a Szolgáltató NEM válik adatkezelővé** a Megrendelő ügyfél-adatbázisa (lead-ek, hírlevél-feliratkozók, CRM-adatok) tekintetében, még akkor sem, ha a Szolgáltató hozzáfér ezekhez az adatokhoz (pl. e-mail marketing kampány kiküldésekor, lead-nurturing kampány során). A Szolgáltató csak a Megrendelő utasítása alapján, adatfeldolgozóként kezeli ezeket az adatokat.

Ez a szabály például az **EDM kiküldés** és **Hírlevél/E-mail Marketing** szolgáltatások szolgáltatás-specifikus feltételekában már explicit rögzítésre került.

c) Szolgáltató mint adatkezelő (saját adatkezelési tevékenység):

A Szolgáltató **önálló adatkezelőként** jár el a saját üzleti céljaira (pl. Megrendelő kapcsolattartóinak neve, e-mail címe, telefonszáma, amelyet a szerződés teljesítése és számlázás céljából kezel). Ezekről az adatkezelésekről a Szolgáltató saját adatvédelmi tájékoztatója (www.roi.works/adatvedelem) ad tájékoztatást.

Adatfeldolgozói szerződés (DPA) megkötése:

Ha a szolgáltatás teljesítése során a Szolgáltató a Megrendelő ügyfelei személyes adatait kezeli (pl. e-mail marketing, lead gyűjtés, social media hirdetések célzása), a Felek kötelesek **külön adatfeldolgozói szerződést (DPA)** kötni, amely tartalmazza:

- Az adatfeldolgozás tárgyát és időtartamát
- A kezelt személyes adatok típusát (pl. név, e-mail, telefonszám, demográfiai adatok)
- Az érintettek körét (pl. Megrendelő ügyfelei, lead-jei, hírlevél-feliratkozói)

- A Szolgáltató kötelezettségeit (titoktartás, adatbiztonság, érintetti jogok biztosítása, adattörlés a szerződés megszűnése után)
- Az alvállalkozók (további adatfeldolgozók) igénybevételeinek szabályait
- Az adatvédelmi incidens bejelentési kötelezettséget

A DPA aláírása az Egyedi Szerződés megkötésével egyidejűleg vagy a szolgáltatás megkezdése előtt történik. A DPA minta-dokumentumot a Szolgáltató biztosítja.

Adatvédelmi tájékoztató:

A Szolgáltató saját adatkezelési tevékenységeiről (Megrendelő kapcsolattartóinak adatai, számlázási adatok, szerződések tárolása) részletes tájékoztatást ad az alábbi elérhetőségen:

www.roi.works/adatvedelem

Az adatvédelmi tájékoztató tartalmazza:

- Az adatkezelő (Szolgáltató) azonosító adatait
- A kezelt személyes adatok körét és az adatkezelés célját
- Az adatkezelés jogalapját (GDPR Art. 6)
- Az adatkezelés időtartamát
- Az érintettek (Megrendelő kapcsolattartói) jogait (hozzáférés, helyesbítés, törlés, tiltakozás, adathordozhatóság)
- A Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatósághoz (NAIH) fordulás lehetőségét

Adatbiztonság:

A Szolgáltató vállalja, hogy a Megrendelő által rendelkezésére bocsátott személyes adatokat **megfelelő technikai és szervezési intézkedésekkel** védi:

- **Hozzáférés-korlátozás:** Csak azok a munkatársak férhetnek hozzá a személyes adatokhoz, akiknek a szerződés teljesítéséhez szükségük van rá
- **Titkosítás:** Jelszóval védett fájlok, titkosított kommunikáció (HTTPS, TLS)
- **Rendszeres biztonsági mentés:** A platformokon tárolt adatok rendszeres mentése
- **Adatvédelmi incidens kezelése:** Ha adatvédelmi incidens (pl. adatszivárgás, illetéktelen hozzáférés) történik, a Szolgáltató köteles haladéktalanul (lehetőség szerint 24 órán belül) értesíteni a Megrendelőt, hogy az megfelelő intézkedéseket tegyen (NAIH bejelentés, érintettek tájékoztatása)

Adattörlés a szerződés megszűnése után:

A szerződés megszűnésekor (lásd XIII. fejezet) a Szolgáltató köteles:

- **Törölni** vagy **visszaszolgáltatni** a Megrendelő által átadott személyes adatokat (ügyfél-adatbázis, lead-ek, CRM-adatok), kivéve, ha jogszabály előírja az adatok megőrzését (pl. számviteli bizonylatok 8 éves megőrzése)
 - **Törölni** a platformokon (Google Ads, Meta Ads, MailChimp, stb.) tárolt személyes adatokat, amennyiben azok a Szolgáltató által kezelt fiókban vannak
 - **Igazolni** a törlést a Megrendelő kérésére (írásos nyilatkozat a törlés végrehajtásáról)
-

XIII. SZERZŐDÉS MEGSZŰNÉSE

22. Rendes felmondás

Határozatlan idejű szerződés:

Ha az Egyedi Szerződés határozatlan időre szól (pl. folyamatos jellegű szolgáltatások: PPC Management, Social Media Management, retainer-alapú szerződések), bármelyik Fél jogosult azt **rendes felmondással** megszüntetni.

Felmondási idő:

A felmondási idő általában **30 nap**, de az Egyedi Szerződés és a vonatkozó szolgáltatás-specifikus feltételek (IV. fejezet) ennél hosszabb vagy rövidebb felmondási időt is meghatározhat (pl. 60 nap negyedéves retainer esetén, 15 nap havi retainer esetén).

A felmondási idő a felmondás közlésétől (e-mail megérkezésétől vagy levél kézbesítésétől) kezdődik.

Felmondási forma:

A felmondást **írásban** kell közölni a másik Féllel. Az írásbeli forma elektronikus úton (e-mail) is teljesíthető, minősített elektronikus aláírás nem szükséges.

A felmondásnak tartalmaznia kell:

- A felmondó Fél nevét és elérhetőségét
- Az Egyedi Szerződés azonosítóját (szerződésszám vagy szolgáltatás neve)
- A felmondás időpontját (mettől kívánja a szerződést megszüntetni)
- A felmondás indokát (opcionális, nem kötelező)

Határozott idejű szerződés:

Ha az Egyedi Szerződés határozott időre szól (pl. projektalapú szolgáltatások: WordPress weboldal építés, Arculattervezés, Tracking implementáció, vagy diagnosztikai/stratégiai szolgáltatások: Audit, Workshop), a szerződés **a lejárat időpontban automatikusan megszűnik**, külön felmondás nélkül.

Határozott idejű szerződés rendes felmondása csak akkor lehetséges, ha az Egyedi Szerződés ezt kifejezetten megengedi.

Fizetési kötelezettség fennmaradása: A határozott idejű szerződés megszűnése — lejárata vagy bármely más okból — a Megrendelő fizetési kötelezettségét nem szünteti meg. A Megrendelő köteles a szerződés időtartamára eső, esedékes és esedékessé váló szolgáltatási díjakat megfizetni, függetlenül attól, hogy a szerződés lejárt-e, vagy a szolgáltatás igénybevételét a Megrendelő egyoldalúan korábban megszüntette.

Felmondás hatása:

A felmondási idő alatt a Felek kötelesek a szerződésben vállalt kötelezettségeiket teljesíteni:

- A Szolgáltató folytatja a szolgáltatás teljesítését a felmondási idő végéig
- A Megrendelő köteles a szolgáltatási díjakat megfizetni a felmondási idő végéig

A felmondási idő lejártával a szerződés megszűnik, és a Felek mentesülnek a további kötelezettségek alól (kivéve a szerződés megszűnése után is érvényben maradó kötelezettségek, pl. titoktartás, adattörlés, exit protokoll).

Határozott idejű szerződés meghosszabbítása:

Ha a határozott idejű szerződés lejárata követően a Felek tovább kívánják folytatni a szerződést, új Egyedi Szerződést kötnek, vagy a Felek írásbeli megállapodása alapján a szerződés automatikusan meghosszabbodik (pl. "a szerződés automatikusan meghosszabbodik 1 évvel, ha egyik Fél sem mond fel 30 nappal a lejárata előtt").

23. Rendkívüli felmondás

Súlyos szerződésszegés:

Bármelyik Fél jogosult a szerződést **rendkívüli felmondással, azonnali hatállyal** megszüntetni, ha a másik Fél **súlyosan megszegi** a szerződéses kötelezettségeit, és a szerződésszegést felszólítás ellenére sem orvosolja.

Súlyos szerződésszegésnek minősül a Megrendelő részéről:

- **Fizetési késedelem:** Ha a Megrendelő fizetési kötelezettsége több mint **30 napot** meghaladó mértékben elmarad, és a Szolgáltató írásbeli fizetési felszólítása ellenére sem fizet
- **Közreműködési kötelezettség súlyos elmulasztása:** Ha a Megrendelő a szerződés teljesítéséhez szükséges anyagokat, információkat, hozzáféréseket nem biztosítja, és ez a Szolgáltató teljesítését lehetetlenné teszi vagy ellehetetleníti
- **Titoktartási kötelezettség megsértése:** Ha a Megrendelő jogosulatlanul kiadja vagy nyilvánosságra hozza a Szolgáltató bizalmas információit (pl. kampánystratégiák, belső dokumentumok)

Súlyos szerződésszegésnek minősül a Szolgáltató részéről:

- **Teljesítés súlyos késedelme:** Ha a Szolgáltató a teljesítési határidőt több mint **30 nappal** túllépi, és a Megrendelő írásbeli felszólítása ellenére sem teljesít
- **Titoktartási kötelezettség megsértése:** Ha a Szolgáltató jogosulatlanul kiadja vagy nyilvánosságra hozza a Megrendelő bizalmas információit (üzleti titkok, KPI-ok, stratégiák, stb.)
- **Gondossági kötelelem súlyos megsértése:** Ha a Szolgáltató a szakmájában elvárható gondosságot kirívóan megsérti (pl. kampányokat nem ellenőrzi, hibás beállítások miatt a Megrendelőnek kár keletkezik, szabályzatokat szándékosan megsérti)

Rendkívüli felmondás menete:

1. **Írásbeli felszólítás:** A szerződésszegést elszennvedő Fél köteles írásban felszólítani a másik Felet a szerződésszegés megszüntetésére, megjelölve az észlelt szerződésszegést és a pótlási határidőt.
2. **Pótlási határidő:** Ha a szerződésszegő Fél a pótlási határidőn belül orvosolja a szerződésszegést (pl. a Megrendelő megfizeti az elmaradt díjakat, a Szolgáltató teljesíti a késedelmes munkát), a rendkívüli felmondás joga megszűnik.
3. **Azonnali hatályú felmondás:** Ha a szerződésszegő Fél a pótlási határidőn belül nem orvosolja a szerződésszegést, a másik Fél jogosult a szerződést azonnali hatállyal felmondani, írásban közölve a rendkívüli felmondást.

Rendkívüli felmondás hatása:

- A szerződés **azonnal megszűnik** (nincs felmondási idő)
- A szerződésszegő Fél **kártérítési felelősséggel** tartozik a másik Fél felé (lásd X. fejezet felelősségkorlátozás)

- A Szolgáltató **nem köteles** a folyamatban lévő munkát befejezni, de az addig elvégzett munkát átadja a Megrendelőnek
- A Megrendelő **köteles** a rendkívüli felmondás időpontjáig teljesített szolgáltatások díját megfizetni
- A Felek kötelesek az exit protokollt követni (lásd alább)

Exit protokoll:

A szerződés **bármely okból történő megszűnése** esetén (rendes felmondás, rendkívüli felmondás, határozott idejű szerződés lejárata, közös megegyezés, vis maior miatti megszüntetés) a Felek kötelesek az alábbi exit protokollt követni:

a) Platform-hozzáférések kezelése:

A **Megrendelő köteles** a Szolgáltató munkatársainak fiók-hozzáféréseit (editor, admin jogosultságok) haladéktalanul törölni vagy visszavonni. A hozzáférések megszüntetéséről a Megrendelőnek kell gondoskodnia.

b) Riportok lezárása:

- **Utolsó riport:** A szerződés megszűnésének időpontjáig terjedő teljesítményriport (kampányok teljesítménye, KPI-ok, media spend elszámolás, órakeret-felhasználás)
- **Összesített riport:** Ha a Megrendelő kéri, az egész szerződési időszak összesített teljesítményriportja (év végi összesítő, kampány-átfogó riport)

c) Media spend elszámolás:

Utolsó media spend riport: A szerződés megszűnésekor még aktív hirdetési költségek elszámolása (platform-fiókban maradt előre utalt keret, számlázatlan költségek)

d) Adatok törlése (adatvédelmi kötelezettség):

- A Megrendelő által átadott személyes adatok (ügyfél-adatbázis, lead-ek, CRM-adatok) törlése vagy visszaszolgáltatása (lásd XII. fejezet adatvédelmi kötelezettségek)

Az exit protokoll határideje:

A Szolgáltató az exit protokoll elemeit a szerződés megszűnésétől számított **15 munkanapon belül** köteles átadni a Megrendelőnek, kivéve, ha az Egyedi Szerződés ennél rövidebb vagy hosszabb határidőt határoz meg.

A Megrendelő jogai a szerződés megszűnése után:

- A Megrendelő jogosult a szerződés megszűnése után is tovább használni a platformokon létrehozott kampányokat, beállításokat, landing page-eket (lásd VIII. fejezet platform-hozzáférések), de a Szolgáltató nem vállal felelősséget azok további működéséért, optimalizálásáért
 - A Megrendelő jogosult a Szolgáltató által készített kreatív deliverable-okat továbbra is felhasználni a VIII. fejezetben meghatározott felhasználási jog keretei között (nem kizárólagos, időben és területileg korlátlan felhasználási jog)
-

XIV. VIS MAIOR

24. Vis maior meghatározása

Vis maior (elháríthatatlan külső ok) fogalma:

Jelen ÁSZF alkalmazásában **vis maior**nak minősül minden olyan rendkívüli, elháríthatatlan és előre nem látható külső esemény vagy körülmény, amely a Felek akaratától és befolyásától független, és amely lehetetlenné vagy jelentősen megnehezíti a szerződéses kötelezettségek teljesítését.

Vis maior eseménynek minősül különösen:

- **Háború, fegyveres konfliktus, terrortámadás:** Magyarországon vagy a szolgáltatás teljesítésének helyén
- **Természeti katasztrófa:** Földrengés, árvíz, tűzvész, vihar, járvány (pl. COVID-19 jellegű világjárvány)
- **Kormányzati intézkedések:** Veszélyhelyzet, kijárási korlátozás, hatósági tilalom, amely a szolgáltatás teljesítését korlátozza vagy megtiltja
- **Infrastruktúra meghibásodása:** Villamos energia szolgáltatás kiesése, internet-szolgáltatás kiesése, hálózati összeomlás (amennyiben az országos vagy regionális szinten érinti a teljesítést)
- **Platform-leállás:** Harmadik fél platformok (Google Ads, Meta Ads Manager, LinkedIn Campaign Manager, stb.) tartós leállása, amely lehetetlenné teszi a szolgáltatás teljesítését (lásd X. fejezet 19. pont platform-specifikus kizárások)

Nem minősül vis maiornak:

- A Szolgáltató belső szervezési, adminisztratív vagy kapacitási problémái (pl. munkatárs felmondása, informatikai rendszer belső hibája)

- A Megrendelő saját teljesítési késedelme (pl. anyagok, hozzáférések késedelmes átadása)
- A Felek által előre látható vagy megelőzhető körülmények

Értesítési kötelezettség:

Ha valamely Fél vis maior esemény miatt nem tudja teljesíteni a szerződéses kötelezettségeit, köteles **haladéktalanul** (a vis maior bekövetkeztétől számított **3 munkanapon belül**) írásban (e-mail elfogadott) értesíteni a másik Felet:

- A vis maior esemény természetéről és várható időtartamáról
- A vis maior esemény várható hatásáról a szerződés teljesítésére (milyen kötelezettségek teljesítése válik lehetetlenné vagy késedelmessé)
- A Fél által tett vagy tervezett intézkedésekről a vis maior esemény hatásainak enyhítésére

Vis maior következményei:

Ha vis maior esemény következik be:

a) Teljesítési határidő meghosszabbítása:

A vis maior által érintett Fél **mentesül** a teljesítési kötelezettség alól a vis maior esemény időtartamára. A teljesítési határidő **automatikusan meghosszabbodik** a vis maior esemény időtartamával.

Például: Ha a Szolgáltató WordPress weboldal építése során 15 napos vis maior esemény következik be (pl. internet-szolgáltatás kiesése, amely lehetetlenné teszi a munkát), a teljesítési határidő 15 nappal meghosszabbodik.

b) Szerződés felfüggesztése:

Ha a vis maior esemény a szerződés lényeges részének teljesítését lehetetlenné teszi, a Felek megállapodhatnak a szerződés **ideiglenes felfüggesztésében** a vis maior esemény időtartamára. A felfüggesztés ideje alatt:

- A Felek nem kötelesek teljesíteni a szerződésben vállalt kötelezettségeket
- A díjazás felfüggesztésre kerül (retainer-alapú szerződéseknél a havi/negyedéves díj időarányosan csökken vagy a felfüggesztés idejére nem kerül felszámításra)
- A titoktartási és adatvédelmi kötelezettségek érvényben maradnak

c) Tartós vis maior esetén szerződés megszüntetése:

Ha a vis maior esemény **90 napnál hosszabb ideig** tart, és továbbra sem várható, hogy a Felek a szerződésben vállalt kötelezettségeiket teljesíteni tudják, bármelyik Fél jogosult a szerződést **indokolás nélkül, azonnali hatállyal felmondani**.

A tartós vis maior esetén a felmondás nem minősül szerződésszegésnek, egyik Fél sem köteles kártérítést fizetni a másiknak. A Felek elszámolnak az addig teljesített szolgáltatásokkal és díjakkal.

Vis maior esemény utáni folytatás:

Ha a vis maior esemény megszűnik, a Felek kötelesek **haladéktalanul** folytatni a szerződés teljesítését. A Szolgáltató köteles értesíteni a Megrendelőt a vis maior esemény megszűnéséről és a teljesítés folytatásának időpontjáról.

Kártérítési felelősség vis maior esetén:

Vis maior esemény esetén egyik Fél sem vállal **kártérítési felelősséget** a másik Féllel szemben az elháríthatatlan külső ok miatt bekövetkezett károkért (Ptk. 6:153. § vis maior kimentés).

XV. ZÁRÓ RENDELKEZÉSEK

25. Alkalmazandó jog és jogviták

Alkalmazandó jog:

Jelen ÁSZF-re és az azt alkalmazó Egyedi Szerződésekre a **magyar jog** az irányadó, különösen az alábbi jogszabályok:

- **Ptk. (2013. évi V. törvény):** Polgári Törvénykönyv — szerződési jog (6:63-77. §), kötelmi jog általános szabályai, gondossági kötelelem (6:123. §), szerződésen alapuló kártérítési felelősség (6:152. §), felelősségkorlátozás (6:155. §)
- **Szjt. (1999. évi LXXVI. törvény):** Szerzői jogról szóló törvény — szerzői jog, felhasználási jog (9/A. §, 43. §)
- **GDPR (EU 2016/679) és Infotv. (2011. évi CXII. tv.):** Adatvédelmi jogszabályok (lásd XII. fejezet)
- **Ektv. (2001. évi CVIII. tv.):** Elektronikus kereskedelmi szolgáltatások szabályozása — szolgáltató kötelező adatai (4. §)

Jogviták békés rendezése:

A Felek kötelesek a közöttük felmerülő vitákat elsődlegesen **békés úton rendezni**. A vita esetén:

1. **Írásbeli egyeztetés:** A vitát szenvedő Fél köteles írásban (e-mail elfogadott) jelezni a másik Félnek a vitás kérdést, mellékelve az álláspontját és javaslatát a megoldásra.
2. **Tárgyalásos rendezés:** A Felek kötelesek a vita rendezésére tárgyalást kezdeményezni (személyesen, videóhíváson vagy telefonon), és jóhiszemű egyeztetést folytatni a megoldás megtalálására.
3. **Tárgyalásos rendezés időtartama:** A békés rendezési kísérlet időtartama legfeljebb **30 nap** az írásbeli vita-jelzéstől számítva.

Ha a békés rendezési kísérlet nem vezet eredményre, a Felek jogosultak bírósághoz vagy választottbírósághoz fordulni.

Bírósági joghatóság:

Ha a Felek közötti vita bírósági úton kerül rendezésre, a Felek **kizárólagos illetékességgel a Fővárosi Törvényszéket** (vagy annak utódját) jelölik ki.

Ez azt jelenti, hogy minden, jelen ÁSZF-ből vagy az Egyedi Szerződésből eredő jogvita esetén a Fővárosi Törvényszék az illetékes bíróság, függetlenül attól, hogy a Felek székhelye vagy a szolgáltatás teljesítésének helye hol található.

Választottbíróság:

A Felek megállapodhatnak abban, hogy a vitát **választottbíróság** elé terjesztik. Ilyen esetben a választottbírósági eljárásra a **Magyar Kereskedelmi és Iparkamara mellett működő Választottbíróság (MKIK VB)** szabályai az irányadók.

A választottbírósági megállapodást az Egyedi Szerződésben vagy külön írásbeli megállapodásban kell rögzíteni. Ha a Felek nem állapodnak meg választottbírósági eljárásban, a Budapesti Törvényszék illetékessége érvényesül.

26. Kézbesítés és kapcsolattartás

Hivatalos kapcsolattartók:

Az Egyedi Szerződés tartalmazza a Felek hivatalos kapcsolattartóinak nevét, beosztását, e-mail címét és telefonszámát. A hivatalos kapcsolattartók jogosultak:

- A szerződés teljesítésével kapcsolatos döntéseket meghozni (jóváhagyások, scope változás, díjazási kérdések)
- Hivatalos értesítéseket küldeni és fogadni (felmondás, fizetési felszólítás, módosítási kérelmek)
- A Felek nevében a szerződésben foglaltakat értelmezni és végrehajtani

Ha a kapcsolattartó személye változik, a változást a másik Fél felé **haladéktalanul** írásban (e-mail elfogadott) közölni kell.

E-mail kézbesítés:

A Felek elfogadják, hogy a szerződéssel kapcsolatos **hivatalos értesítések** (felmondás, fizetési felszólítás, Change Order, módosítási kérelmek, számlák, riportok) **e-mailben** is megküldhetők. Az e-mail kézbesítés jogilag egyenértékű a postai kézbesítéssel.

Az e-mail kézbesítése **megérkezettnek tekintendő**:

- **Munkanapokon (hétfő-péntek):** Az e-mail elküldésének időpontjában, ha az e-mail 17:00 óra előtt kerül elküldésre. Ha az e-mail 17:00 óra után kerül elküldésre, a kézbesítés időpontja a következő munkanap 9:00 óra.
- **Hétvégén vagy munkaszüneti napokon:** A következő munkanap 9:00 óra.

Értesítések kötelező tartalma:

A hivatalos értesítéseknek (felmondás, fizetési felszólítás, Change Order, stb.) tartalmazniuk kell:

- A küldő Fél nevét, elérhetőségét és kapcsolattartóját
- Az Egyedi Szerződés azonosítóját (szerződésszám vagy szolgáltatás neve)
- Az értesítés tárgyát és tartalmát (mi az értesítés célja, milyen intézkedést kér)
- Az értesítés időpontját (dátum és idő)

Jelentős változásokról szóló értesítések:

A Felek kötelesek egymást **írásban** (e-mail elfogadott) értesíteni az alábbi jelentős változásokról **haladéktalanul**, de legkésőbb **15 napon belül**:

- **Scope változás:** A Megrendelő scope változást (Change Order) kezdeményez (lásd XVII. fejezet)
- **Teljesítési határidő módosulása:** A Szolgáltató jelzi, hogy a teljesítési határidő várhatóan módosul (késedelem vagy előrehozás)
- **Díjazás módosítása:** A Szolgáltató díjazás-módosítást javasol (scope növekedés, órakeret-emelés)
- **Cégadatok változása:** Bármelyik Fél cégneve, székhelye, bankszámlaszáma, adószáma, kapcsolattartója változik
- **ÁSZF módosítása:** A Szolgáltató módosítja az ÁSZF-et (lásd I. fejezet 2. pont)

27. Érvénytelenség és jogutódlás

Részleges érvénytelenség:

Ha jelen ÁSZF vagy az Egyedi Szerződés valamely rendelkezése **érvénytelen** vagy **végrehajthatatlan** (pl. jogszabályba ütköző, ellentmondásos, nem egyértelmű), az **nem érinti a többi rendelkezés érvényességét**.

Az érvénytelen rendelkezés helyére a Ptk. diszpozitív szabályai lépnek, vagy a Felek az érvénytelen rendelkezést a szerződés céljának megfelelően **érvényes rendelkezéssel pótolják** (Ptk. 6:114. § — részleges érvénytelenség).

Például: Ha az ÁSZF-ben szereplő felelősségkorlátozás (20%-os cap) bírósági döntés alapján érvénytelennek minősül, az nem érinti az ÁSZF többi fejezetének érvényességét, és a felelősség a Ptk. általános kártérítési szabályai szerint érvényesül.

Jogutódlás:

Jelen ÁSZF és az Egyedi Szerződések rendelkezései **kötelezik a Felek jogutódait** is (pl. ha a Megrendelő céget átszervezik, egyesítik, szétválasztják, vagy ha a Szolgáltató cégjogi átalakuláson megy keresztül).

A jogutódok kötelesek betartani a szerződésben vállalt kötelezettségeket (díjfizetés, teljesítés, titoktartás, adatvédelem, stb.), és gyakorolhatják a szerződésben biztosított jogokat (felmondás, Change Order, hivatkozás, stb.).

Jogok és kötelezettségek átruházása:

A Felek **nem ruházhatják át** a szerződésből eredő jogaikat és kötelezettségeiket harmadik fél részére **a másik Fél előzetes írásbeli hozzájárulása nélkül**.

Például:

- A Megrendelő nem ruházhatja át a szerződést egy másik cégre (pl. ha a Megrendelő eladja az üzleti egységét) a Szolgáltató hozzájárulása nélkül
- A Szolgáltató nem ruházhatja át a teljesítési kötelezettséget egy másik ügynökségre a Megrendelő hozzájárulása nélkül (de alvállalkozók igénybevétele lehetséges, lásd alább)

Kivétel: A Szolgáltató jogosult **alvállalkozók** (pl. freelance grafikus, videós, fejlesztő) igénybevételére a szolgáltatás egy részének teljesítéséhez, a Megrendelő előzetes hozzájárulása nélkül, de köteles:

- Az alvállalkozókat titoktartásra kötelezni (lásd XI. fejezet)
- Az alvállalkozók munkájáért felelősséget vállalni (az alvállalkozó munkája a Szolgáltató saját munkájának minősül)
- Adatvédelmi kötelezettségek esetén (GDPR Art. 28) a Megrendelőt előzetesen tájékoztatni az alvállalkozók igénybevételéről

XVI. MEDIA SPEND SZABÁLYOZÁS

28. Media spend vs. szolgáltatási díj

Media spend (hirdetési költség) meghatározása:

A **media spend** a hirdetési platformok (Google Ads, Meta Ads Manager, LinkedIn Campaign Manager, stb.) felé közvetlenül kifizetett **hirdetési költségkeret**, amelyet a Szolgáltató a Megrendelő nevében vagy a Megrendelő fiókján keresztül hirdetési kampányok indítására, hirdetések megjelenítésére fordít.

Elkülönítés a szolgáltatási díjtól:

A **media spend NEM része a szolgáltatási díjnak (ügynökségi fee)**. A Szolgáltató szolgáltatási díja (órakeret, projekt, eseti díj) és a media spend két külön tételként kerül elszámolásra.

Ez azt jelenti, hogy:

- **Szolgáltatási díj:** A Szolgáltató szakmai munkájának díjazása (kampánytervezés, beállítás, optimalizálás, riportálás, kreativtervezés, stb.) — ezt a Megrendelő a Szolgáltatónak fizeti
- **Media spend:** A hirdetési platformok költsége (Google Ads CPC/CPM díjak, Meta Ads hirdetési költség, LinkedIn hirdetési költség) — ezt a Megrendelő közvetlenül vagy a Szolgáltatón keresztül a platformnak fizeti

Példa:

- Szolgáltatási díj: 200 000 Ft/hó (PPC Management retainer)
- Media spend: 1 000 000 Ft/hó (Google Ads kampányok hirdetési költsége)
- **Megrendelő összes költsége:** 1 200 000 Ft/hó (200 000 Ft a Szolgáltatónak, 1 000 000 Ft Google-nek közvetlenül vagy Szolgáltatón keresztül)

Elszámolás és riportálás:

A Szolgáltató köteles **rendszeres riportokat** biztosítani a media spend felhasználásáról, az Egyedi Szerződésben meghatározott gyakorisággal (általában havi riport):

- **Media spend felhasználása:** Mennyi költség történt az adott időszakban (platform-bontásban: Google Ads, Meta Ads, LinkedIn, stb.)
- **Kampánybontás:** Melyik kampány mennyi költséget használt el
- **Teljesítményadatok:** A media spend felhasználásának teljesítménymutatói (impressziók, kattintások, konverziók, ROAS, CPA, stb.)
- **Költségkeret-állapot:** Mennyi maradt az adott időszak költségkeretéből (havi vagy negyedéves keret fennmaradó része)

A riportokat a Szolgáltató PDF, Excel, Google Data Studio dashboard vagy más, a Felek által elfogadott formátumban biztosítja.

Platform költségváltozásai és algoritmusok:

A hirdetési platformok (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn) algoritmusváltozásai, CPC/CPM árak emelkedése, versenykörnyezet változása **a Szolgáltató kontrolálásán kívül áll.**

A Szolgáltató köteles:

- **Jelezni a Megrendelőnek,** ha a platformok költségváltozásai miatt a költségkeret módosítása szükséges (pl. CPC árak emelkedése miatt ugyanannyi konverzió eléréséhez több költség szükséges)

- **Optimalizálási javaslatokat tenni** a költséghatékonyság javítására (pl. targetálási finomítás, hirdetési formátum váltás, budget átcsoportosítás)

De a **döntés a költségkeret módosításáról a Megrendelőé**. A Szolgáltató nem vállal felelősséget a platform-változások miatti teljesítménycsökkenésért (lásd X. fejezet 19. pont platform-specifikus kizárások).

Media spend elszámolása a szerződés megszűnésekor:

A szerződés megszűnésekor (lásd XIII. fejezet) a Felek kötelesek elszámolni a media spend felhasználásával:

- **Felhasznált media spend:** A szerződés megszűnésének időpontjáig felhasznált hirdetési költség elszámolása (utolsó riport átadása)
- **Előre utalt, de fel nem használt keret:** Ha a Megrendelő előre utalta a media spend keretet a Szolgáltatónak (Szolgáltató által kezelt fiók esetén), de az nem került teljes egészében felhasználásra, a maradék összeget a Szolgáltató köteles visszautalni a Megrendelőnek **15 munkanapon belül**

XVII. JÓVÁHAGYÁSI ÉS VÁLTOZÁSKEZELÉSI REND — CHANGE ORDER

29. Jóváhagyási határidők

Jóváhagyási kötelezettség:

A marketing ügynökségi szolgáltatások teljesítése során a Megrendelő köteles **jóváhagyni** vagy **visszajelzést adni** a Szolgáltató által benyújtott anyagokra (kampánytervek, kreatív draft-ok, landing page design-ok, stratégiai dokumentumok, hírlevél design-ok, arculati elemek, stb.).

A jóváhagyás azt jelenti, hogy a Megrendelő:

- **Elfogadja** az anyagot, és a Szolgáltató folytathatja a következő lépéssel (pl. kampány indítása, véglegesítés, kiküldés)
- **Módosítási kérelmet** fogalmaz meg, megjelölve a konkrét módosításokat (pl. "a hirdetési szöveget módosítani kell, a CTA-t erősíteni")
- **Elutasítja** az anyagot, és új koncepciót kér (ritka, általában csak súlyos probléma esetén)

Általános jóváhagyási határidő:

A jóváhagyási határidő **szolgáltatásonként eltérő**, és az Egyedi Szerződés vagy a vonatkozó szolgáltatás-specifikus feltételek (IV. fejezet) határozza meg. Általában:

- **PPC/Social kampánytervek:** 2 munkanap
- **Kreatív draft-ok (hirdetések, banner-ek, social postek):** 3 munkanap
- **Landing page design, hírlevél design:** 5 munkanap
- **Stratégiai dokumentumok (Brand guide, Marketing stratégia, Workshop dokumentum):** 5 munkanap
- **Riportok:** Általában nincs jóváhagyási kötelezettség, a riportok tájékoztató jellegűek

A konkrét jóváhagyási határidőt az Egyedi Szerződés vagy az szolgáltatás-specifikus feltételek rögzíti.

Hallgatólagos elfogadás:

Ha a Megrendelő a jóváhagyási határidőn belül **nem ad visszajelzést** (nem hagyja jóvá, nem kér módosítást, nem utasítja el az anyagot), a Szolgáltató jogosult az anyagot **hallgatólagosan elfogadottnak tekinteni**, és folytatni a munkát (pl. kampány indítása, hírlevél kiküldése, véglegesítés).

Ez azt jelenti, hogy a Megrendelő **felelőssége** a jóváhagyási határidő betartása. Ha nem ad visszajelzést időben, és a Szolgáltató a hallgatólagos elfogadás alapján folytatja a munkát, a Megrendelő később nem követelheti a munka újraalkotását (kivéve, ha súlyos hiba vagy szerződésszegés történt a Szolgáltató részéről).

Példa:

- A Szolgáltató PPC kampánytervet küld a Megrendelőnek jóváhagyásra, határidő: 3 munkanap.
- Ha a Megrendelő 3 munkanapon belül nem válaszol, a Szolgáltató jogosult a kampányt elindítani.
- Ha később a Megrendelő azt mondja, hogy "nem így képzeltem", de a kampányterv megfelelő szakmai színvonalú volt, a Megrendelő nem követelheti a kampány leállítását vagy újratervezését (kivéve Change Order keretében, lásd 30. pont).

Módosítási körök:

Az Egyedi Szerződés meghatározza, hogy a Megrendelő hány **ingyenes módosítási kört** (revision round) kérhet. Általában:

- **PPC/Social kampánytervek:** 1 ingyenes módosítási kör

- **Kreatív draft-ok:** 1 ingyenes módosítási kör
- **Landing page design, hírlevél design:** 1 ingyenes módosítási kör
- **Stratégiai dokumentumok:** 1 ingyenes módosítási kör

Ha a Megrendelő az ingyenes módosítási köröket kimerítette, és további módosítást kér, a Szolgáltató jogosult **külön díjazást** felszámítani (óradíj-alapon vagy fix díj a módosítás jellegétől függően).

A módosítási körök számát az szolgáltatás-specifikus feltételek vagy az Egyedi Szerződés rögzíti.

Sürgős teljesítés (Express felár):

Ha a Megrendelő az Egyedi Szerződésben rögzített határidőnél rövidebb teljesítést kér, az alábbi Express felárak alkalmazandók:

(a) **Aznapi teljesítés** (ugyanazon munkanapon belüli elkészítés): a szolgáltatási díj **+400%-a** Express felárként. (b) **48 órán belüli teljesítés** (a következő 2 munkanapon belüli elkészítés): a szolgáltatási díj **+200%-a** Express felárként. (c) **Hétfélig/munkaszüneti napi teljesítés** (szombat, vasárnap vagy ünnepnap): a szolgáltatási díj **+300%-a** Express felárként.

A Szolgáltató jogosult a sürgős teljesítési kérelmet visszautasítani, különösen ha: (a) a Szolgáltató kapacitása nem teszi lehetővé; (b) a sürgősség a Megrendelő késedelmes közreműködéséből ered; (c) a sürgős teljesítés a munka minőségét veszélyeztetné.

A sürgős teljesítési kérelemnek és annak elfogadásának írásban kell történnie (e-mail elfogadott). Az Express felár az alap szolgáltatási díjon felül kerül felszámításra.

29/B. Online konzultáció és workshop technikai követelmények

Alkalmazási kör: Jelen alfejezet minden online formában (videokonferencia) tartott konzultációra, workshopra, meetingre és átadásra vonatkozik.

Megrendelő minimális technikai feltételei:

(a) Stabil internet-kapcsolat (minimum 5 Mbps letöltési és feltöltési sebesség). (b) Működő webkamera és mikrofon. (c) A Szolgáltató által megjelölt videokonferencia-platform (Google Meet) használata és működőképessége. (d) Csendes, zavarmentes környezet biztosítása.

Nem-megfelelő technikai feltételek következményei:

(a) Ha a Megrendelő technikai feltételei nem megfelelőek (instabil kapcsolat, nem működő kamera/mikrofon, zajos környezet), és emiatt az online konzultáció szakmailag nem végezhető

el, a Szolgáltató jogosult a hívást bontani. (b) A Szolgáltató új időpontot javasol, amely a Felek egyeztetése alapján kerül meghatározásra. (c) Az eredeti időpontra allokált tanácsadási idő (óra) a Szolgáltató által leszámlázható, tekintettel arra, hogy a Szolgáltató a kapacitást lefoglalta és rendelkezésre állt.

30. Scope változás (Change Order)

Change Order meghatározása:

A **Change Order** a Megrendelő által **írásos formában** (e-mail elfogadott) benyújtott kérelem, amelyben a Megrendelő az Egyedi Szerződésben rögzített **scope vagy teljesítési határidő módosítását** kéri.

Scope változás lehet például:

- **Scope növekedés:** Új feladatok, deliverable-ok hozzáadása az Egyedi Szerződéshez (pl. "A PPC Management mellé Social Media hirdetések is kellenek", "A landing page-hez chatbot integráció is szükséges")
- **Scope csökkentés:** Egyedi Szerződésben rögzített feladatok eltávolítása (pl. "A Google Ads kampányok maradnak, de a LinkedIn kampányokat nem kell menedzselni")
- **Scope módosítás:** Meglévő feladatok jellegének megváltoztatása (pl. "A WordPress weboldal helyett inkább Webflow-ban készüljön")
- **Határidő módosítása:** A teljesítési határidő előrehozása vagy késleltetése (pl. "A projekt határideje 30 nappal meghosszabbodik")

Change Order forma:

A Change Order **írásbeli formában** (e-mail elfogadott) kerül benyújtásra. **Nincs kötelező formanyomtatvány** — a Megrendelő egyszerű e-mailben is kérelmezheti a scope változást, de az e-mailnek tartalmaznia kell:

- Az Egyedi Szerződés azonosítóját (szerződésszám vagy szolgáltatás neve)
- A kért változás pontos leírását (mi változzon, miért)
- A kért teljesítési határidő módosulását (ha van)
- A kapcsolattartó nevét és elérhetőségét

Hatások felmérése:

A Szolgáltató a Change Order kézhezvételétől számított **5 munkanapon belül** köteles felmérni és a Megrendelő felé írásban (e-mail elfogadott) közölni a Change Order hatásait:

- **Díjazás módosulása:** Mennyivel változik a szolgáltatási díj (növekedés vagy csökkenés, fix díj vagy óradíj-alapon)

- **Teljesítési határidő módosulása:** Mennyivel módosul a projekt vagy feladat teljesítési határideje (meghosszabbodik vagy előrehozható)
- **Egyéb hatások:** Más feladatokra vagy kampányokra gyakorolt hatás (pl. "Ha a landing page-et átdolgozzuk, a PPC kampányok indítása is 1 héttel késik")

A hatások felmérése azt jelenti, hogy a Szolgáltató:

- Kalkulálja a többletmunka óráját vagy projekt-jellegét
- Megjelöli a díjazás változását (pl. "+50 000 Ft egyszeri díj a chatbot integrációért")
- Meghatározza a határidő módosulását (pl. "+10 munkanap a projekt lezárásáig")

Elfogadás és hatálybalépés:

A Change Order **csak a Megrendelő általi írásos jóváhagyás után lép hatályba**. Az írásos jóváhagyás azt jelenti, hogy a Megrendelő:

- Elfogadja a Szolgáltató által felmért díjazási és határidő-változásokat
- Írásban (e-mail elfogadott) visszaigazolja, hogy "Elfogadom a Change Order-t a javasolt feltételekkel"

Ha a Megrendelő **nem fogadja el** a Szolgáltató által javasolt díjazási vagy határidő-változásokat, a Change Order **nem lép hatályba**, és az Egyedi Szerződés az eredeti scope-pal és határidővel marad érvényben.

Díjazás módosulása:

a) Scope növekedés esetén:

Ha a Change Order **scope növekedést** jelent (új feladatok, deliverable-ok hozzáadása), a Szolgáltató jogosult **külön díjazást** felszámítani. A díjazás lehet:

- **Fix díj:** Konkrét összeg a többletfeladatra (pl. "+80 000 Ft a chatbot integráció fejében")
- **Óradíj-alapú:** Óradíj x becsült óraszám (pl. "10 óra x 15 000 Ft/óra = 150 000 Ft")
- **Órakeret-emelés:** Retainer-alapú szerződéseknél a havi órakeret emelése (pl. "Havi órakeret 20 órától 30 órára emelkedik, havi díj 300 000 Ft-ról 450 000 Ft-ra")

b) Scope csökkentés esetén:

Ha a Change Order **scope csökkentést** jelent (feladatok eltávolítása), a Szolgáltató köteles arányosan **csökkenteni a díjazást**, kivéve, ha a már teljesített munka miatt a csökkentés nem indokolt.

Például:

- Ha a Megrendelő a projekt közepén eltávolítja a WordPress blog szekciót, és a Szolgáltató még nem kezdte el azt a részt, a díj arányosan csökken.
- De ha a Szolgáltató már elkészítette a blog szekciót, és a Megrendelő később dönt a törléséről, a Szolgáltató nem köteles visszafizetni az arra fordított munkadíjat.

c) Scope módosítás esetén:

Ha a Change Order **scope módosítást** jelent (meglévő feladatok jellegének megváltoztatása), a Szolgáltató felmérése alapján:

- Ha a módosítás **nem jelent** többletmunkát (pl. színvilág váltása), díjazás nem változik
- Ha a módosítás **többletmunkát** jelent (pl. platformváltás WordPress-ről Webflow-ra), külön díjazás kerül felszámításra

A Change Order nem érinti a már elvégzett munkákat:

A Change Order **csak a jövőbeli munkákra** vonatkozik. A már **elfogadott és teljesített** munkák (kampánytervek, kreatív deliverable-ok, landing page design-ok, stb.) a Change Order bevezetése után is érvényben maradnak, és a Megrendelő nem követelheti azok újraalkotását díjazás nélkül.

Például:

- Ha a Megrendelő a PPC kampányokat már jóváhagyta és azok futnak, és később Change Order keretében a social média hirdetéseket is kéri, a PPC kampányok nem változnak (kivéve, ha a Megrendelő kifejezetten kéri azok módosítását is, ami külön Change Order).

XVIII. PLATFORM-SPECIFIKUS FELTÉTELEK

31. Platformok felhasználási feltételei

Platform fogalma:

Jelen ÁSZF alkalmazásában **platformok** a harmadik fél által üzemeltetett online marketing és hirdetési szolgáltatások, eszközök, szoftverek, amelyeken keresztül a Szolgáltató a marketing tevékenységeket végzi a Megrendelő nevében.

Fontosabb platformok:

- **Google Ads:** Google online hirdetési platformja (Search, Display, Video, Shopping, Performance Max kampányok)
- **Meta Ads Manager (Facebook Ads Manager):** Meta (Facebook, Instagram) hirdetési platformja
- **LinkedIn Campaign Manager:** LinkedIn hirdetési platformja
- **Google Analytics (GA4):** Google webes és app-analitikai platformja
- **Google Tag Manager (GTM):** Google tag-menedzsment platformja
- **Meta Pixel (Facebook Pixel):** Meta konverziós tracking eszköze
- **WordPress:** Nyílt forráskódú tartalomkezelő rendszer (CMS)
- **MailChimp, ActiveCampaign, HubSpot:** E-mail marketing és marketing automatizációs platformok
- **Brizy:** Page builder (landing page építő) eszköz
- **ManyChat:** Chatbot platform (Facebook Messenger, Instagram, WhatsApp)
- **LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok:** Social média platformok

Platformok felhasználási feltételei (Terms of Service, ToS):

Minden platform saját **felhasználási feltételekkel** (Terms of Service, ToS), **hirdetési szabályzattal** (Ads Policy), **közösségi irányelvekkel** (Community Guidelines) rendelkezik, amelyek a platformon folytatott tevékenységre vonatkoznak.

A Szolgáltató köteles a platformok hatályos felhasználási feltételeinek megfelelően eljárni. Ez azt jelenti, hogy a Szolgáltató:

- Betartja a platformok szabályzatait (tiltott tartalmak, tiltott iparágak, tiltott kampánytípusok, stb.)
- Naprakész ismeretekkel rendelkezik a platformok szabályzat-változásairól
- Tájékoztatja a Megrendelőt, ha a platform szabályzata korlátozza vagy megtiltja a Megrendelő által kért kampányt vagy tartalmat

Fontosabb platformok ToS hivatkozásai:

- **Google Ads Terms of Service:** https://ads.google.com/intl/hu_hu/home/terms/
- **Google Ads Policies:** <https://support.google.com/adspolicy/answer/6008942>
- **Meta Commercial Terms:** https://www.facebook.com/legal/commercial_terms
- **Meta Advertising Policies:** <https://www.facebook.com/policies/ads/>
- **LinkedIn Ads Policy:** <https://www.linkedin.com/legal/ads-policy>
- **WordPress Terms of Service:** <https://wordpress.org/about/license/>
- **MailChimp Terms of Use:** <https://mailchimp.com/legal/terms/>
- **Brizy Terms of Service:** <https://www.brizy.io/terms-of-service/>

A Megrendelő kötelezettsége: A Megrendelő is köteles a platformok felhasználási feltételeinek betartására, különösen:

- A Megrendelő által biztosított tartalmak (szövegek, képek, videók, landing page-ek) megfelelnek a platformok szabályzatának
- A Megrendelő nem kér olyan kampányt vagy tartalmat, amely megsérti a platformok ToS-ét (pl. tiltott termék, megtévesztő állítás, tiltott szavak)

Ha a platform szabályzata megtiltja a Megrendelő által kért kampányt: A Szolgáltató köteles tájékoztatni a Megrendelőt, hogy a kért kampány vagy tartalom nem felel meg a platform szabályzatának, és **nem teljesíti a kérelmet**. Ilyen esetben a Szolgáltató nem vállal felelősséget a kampány elutasításáért vagy fiókkorlátozásért.

32. Algoritmus-változás kockázata

Platformok algoritmusváltozásai:

A hirdetési és marketing platformok (Google Ads, Meta Ads, LinkedIn, Google Analytics, social média platformok) **algoritmusai folyamatosan változnak**, és ezek a változások a Szolgáltató kontrolálásán kívül állnak.

Algoritmusváltás típusai:

- **Google Ads algoritmus-update:** Smart Bidding stratégiák változása, Quality Score számítási módszer módosulása, kampánytípusok (pl. Performance Max) működésének változása
- **Meta Ads algoritmus-update:** Auction mechanizmus változása, targetálási lehetőségek korlátozása (pl. részletes targetálási kategóriák eltávolítása), hirdetés-kiszállítási logika változása
- **LinkedIn algoritmus-update:** Hirdetési aukció változása, targetálási szabályok módosulása
- **Social média algoritmus-update:** Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok organikus tartalmak megjelenítési algoritmusainak változása (reach csökkenése, engagement változása)

A Szolgáltató nem vállal felelősséget a platform-változásokból eredő teljesítménycsökkenésért:

Az algoritmusváltások hatással lehetnek a kampányok teljesítményére (CPC/CPM növekedés, impressziók csökkenése, konverziók változása, organikus reach csökkenése), és **a Szolgáltató nem vállal felelősséget** ezekért a változásokért, mert azok:

- **A Szolgáltató kontrolálásán kívül állnak** — a Szolgáltató nem tudja megakadályozni vagy befolyásolni az algoritmus-update-eket
- **Előre nem láthatók** — a platformok nem mindig kommunikálják előre az algoritmusváltozásokat, vagy csak rövid idővel az update előtt
- **Nem a Szolgáltató hibájából erednek** — az algoritmusváltozások technikai és üzleti döntések a platform részéről, nem a Szolgáltató gondossági kötelezettségének megsértése

A Szolgáltató kötelezettsége algoritmusváltozás esetén:

Bár a Szolgáltató nem felel a platform-változások hatásaiért, köteles:

- **Tájékoztatni** a Megrendelőt a jelentős algoritmusváltozásokról, ha azok hatással vannak a kampányokra vagy a stratégiára
- **Adaptációs javaslatokat tenni** (pl. kampánybeállítások módosítása, targetálási stratégia változtatása, budget átcsoportosítás) a teljesítmény javítása érdekében
- **Riportálni** az algoritmusváltozások hatásait a kampányok teljesítményére (pl. "A Google Ads Performance Max update miatt a CPC 15%-kal emelkedett")

De az **adaptációs javaslatok nem jelentenek garanciát** arra, hogy a teljesítmény visszaáll az algoritmusváltozás előtti szintre (lásd IX. fejezet eredménygarancia kizárása).

Platformok szabályzatváltozásai:

A platformok **felhasználási feltételeinek** (ToS), **hirdetési szabályzatának** (Ads Policy), **közösségi irányelveinek** változásai szintén a Szolgáltató kontrolálásán kívül állnak.

Szabályzatváltozás példák:

- **Google Ads új tiltott szavak vagy kategóriák** (pl. "kriptovaluta hirdetések tiltása", "politikai hirdetések korlátozása")
- **Meta Ads új compliance követelmények** (pl. "társadalmi kérdésekkel foglalkozó hirdetések regisztrációs kötelezettsége")
- **LinkedIn új targetálási korlátozások** (pl. "életkor szerinti targetálás korlátozása")

A Szolgáltató köteles:

- **Tájékoztatni** a Megrendelőt a szabályzatváltozásokról, ha azok hatással vannak a kampányokra
- **Adaptációs javaslatokat tenni** a szabályzatváltozások betartására (pl. kampányszöveg módosítása, új compliance lépések bevezetése)

De **nem felel** a szabályzatváltozás következményeiért (pl. ha a platform tiltja a Megrendelő iparágát, és a kampányok leállnak).

Ad account ban, kampányelutasítás, fiókkorlátozások:

A platformok döntése a Megrendelő fiókjának korlátozásáról (**ad account ban, suspension**), kampányok elutasításáról (**ad disapproval**), vagy egyéb compliance-problémákról **a Szolgáltató kontrolálásán kívül áll.**

A Szolgáltató köteles:

- A platformok szabályzatait betartani és a kampányokat szabályosan beállítani
- Kerülni a tiltott tartalmakat, szavakat, iparágakat
- Tájékoztatni a Megrendelőt, ha kampányelutasítás vagy fiókkorlátozás történik

De ha a platform mégis korlátozást alkalmaz (pl. automatizált rendszer hibás döntése, platform túlzott érzékenysége), **a Szolgáltató nem felel** a korlátozás következményeiért (kampány leállása, hirdetési költség kiesése, teljesítménycsökkenés).

A Szolgáltató köteles segíteni a Megrendelőnek a fiók-visszaállítási folyamatban:

- Fellebbezés benyújtása a platform support felé
- Dokumentáció biztosítása a fellebbezéshez (kampánybeállítások, szövegek, landing page-ek)
- Support ticket kezelése

De **nem garantálja a fiók-visszaállítás sikerét**, mert a döntés a platform kezében van.

Technikai hibák, downtime, adatvesztés:

A platformok technikai hibái (pl. platform downtime, adatvesztés, riportolási hibák, számlázási hibák) **a Szolgáltató kontrolálásán kívül állnak.**

Példák:

- **Google Ads downtime:** A Google Ads felület nem elérhető, kampányok nem módosíthatók
- **Meta Ads Manager adatvesztés:** A platform töröl vagy hibásan jelenít meg adatokat
- **Google Analytics riportolási hiba:** A GA4 hibásan jeleníti meg a konverziós adatokat
- **MailChimp számlázási hiba:** A platform tévesen számlázza a Megrendelőt

A Szolgáltató nem felel a platformok technikai hibái által okozott károkért (kampányok leállása, adatvesztés, hibás riportolás, számlázási problémák).

A Szolgáltató köteles:

- Jelezni a Megrendelőnek a platform technikai hibáját
- Support ticket-et nyitni a platform felé (ha lehetséges)
- Alternatív megoldást javasolni (pl. más platform használata, manuális riportolás)

De **nem garantálja a platform technikai hibájának megoldását**, mert az a platform felelőssége.

Hatálybalépés és aláírás

Hatálybalépés dátuma:

Jelen Általános Szerződési Feltételek **2026. február 20.** napján lépnek hatályba, és az ezt követően létrejövő Egyedi Szerződésekre alkalmazandók.

A hatálybalépés előtt létrejött szerződésekre a szerződéskötéskor hatályos ÁSZF az irányadó, kivéve, ha a Felek eltérően állapodnak meg (lásd I. fejezet 2. pont ÁSZF módosítása).

Aláírás:

Jelen ÁSZF a ROIworks Zrt. (Szolgáltató) által készített és elfogadott dokumentum, amely a www.roi.works/ÁSZF weboldalon érhető el.

Az ÁSZF elfogadása az Egyedi Szerződés megkötésével vagy a szolgáltatás megrendelésével történik (lásd I. fejezet 2. pont ÁSZF elfogadásának módjai).

Szolgáltató:

ROIworks Zrt. Székhely: 1139 Budapest, Váci út 91. 4. em. Cégjegyzékszám: 01 10 140334
Adószám: 26755504-2-41 Képviseli: Rácz István vezérigazgató

Dátum: 2026. február 20.