

Reklamační řád

Amazing Brands s.r.o. | Verze 1.0 | Účinnost od 10. října 2026

1. Poskytovatel a kontaktní údaje

1.1. Tento reklamační řád vydává **Amazing Brands s.r.o.**, IČO 23774401, se sídlem Uralská 689/7, Bubeneč, 160 00 Praha 6, zapsaná v obchodním rejstříku vedeném Městským soudem v Praze, oddíl C, vložka 432737 (dále jen „Poskytovatel“).

1.2. Reklamace a související žádosti lze zasílat na **byrokrace@amazingbrands.cz**, případně písemně na sídlo společnosti nebo jiným prokazatelným kanálem výslovně sjednaným s klientem. Obecný kontakt: **weare@amazingbrands.cz**, telefon +420 601 01 01 09, web **amazingbrands.cz**.

1.3. Reklamační řád navazuje na Všeobecné obchodní podmínky Poskytovatele („VOP“) a doplňuje pravidla uplatňování práv z vadného plnění. V případě rozporu mají přednost kogentní právní předpisy a případná individuální ujednání, která zákon připouští.

2. Na které produkty a služby se reklamační řád vztahuje

2.1. Reklamační řád se vztahuje zejména na **branding, strategii, grafický design a tvorbu webů, ready-made branding**, jednotlivé kreativní joby, kreativní předplatné a poskytování digitálních služeb prostřednictvím Amazing Studia, Brand Studia, Knihovny, SOME Planneru a ambra DBO.

2.2. Práva zákazníka se posuzují podle povahy sjednaného plnění a podle toho, zda jedná jako spotřebitel, nebo jako podnikatel. Označení produktu nebo modulu samo o sobě neurčuje právní režim jeho reklamace.

2.3. Pokud klient provozuje vlastní web či e-shop na ambra DBO, **reklamace nákupů jeho koncových zákazníků vyřizuje příslušný prodávající – klient**, není-li Amazing Brands ve výjimečném případě výslovně smluvním prodávajícím. Amazing Brands řeší vady jím poskytovaného softwaru nebo sjednané implementace; nepřebírá automaticky povinnosti klienta vůči jeho kupujícím.

3. Co je vada a co je změna zadání

3.1. Vadou je zejména situace, kdy poskytnuté plnění neodpovídá smlouvě, potvrzené objednávce, sjednaným vlastnostem či příslušným zákonným požadavkům. U digitálních služeb se posuzuje též jejich funkčnost, slučitelnost, přístupnost a zákonem požadované aktualizace v rozsahu relevantním pro konkrétní službu.

3.2. U kreativního díla může být vadou například nedodržení potvrzeného formátu, chybějící sjednaná část dodávky, technicky poškozený výstup nebo chyba, za kterou odpovídá Poskytovatel. Reklamaci lze uplatnit i u výstupu, který zákazník dříve odsouhlasil, pokud jde o vadu, za kterou Poskytovatel podle zákona nebo smlouvy odpovídá.

3.3. Za reklamaci se zpravidla nepovažuje požadavek na nový koncept, jiný kreativní směr, dodatečný formát, změnu marketingového cíle, nahrazení již schválených textů novými ani jiné rozšíření sjednaného rozsahu, nejde-li současně o nápravu vady. Takové zadání lze řešit jako revizi, nový job nebo vícepráci podle VOP a konkrétní nabídky.

3.4. **Odstranění oprávněně reklamované vady se neúčtuje jako nová kreativní zakázka a nespotřebovává placený počet revizí či jobů.** Případný opravný úkol může být evidován technicky v portálu, ale bez nového

poplatku za odstranění vady, za kterou Poskytovatel odpovídá.

4. Jak reklamaci podat

4.1. Reklamaci může klient podat zejména e-mailem na byrokrace@amazingbrands.cz. Pokud je pro danou zakázku zpřístupněna vhodná funkce v klientském portálu, může ji využít také. Podání jiným prokazatelným zákonným způsobem není vyloučeno.

4.2. Pro rychlé vyřízení doporučujeme uvést jméno nebo obchodní firmu, kontaktní e-mail, číslo objednávky či označení jobu / projektu, popis vady, kdy a jak se projevuje, případně snímky obrazovky či soubory a požadovaný způsob vyřízení. Neuvedení nepovinných údajů samo o sobě nezabývá spotřebitele jeho zákonných práv.

4.3. V případě technického incidentu u ambra DBO nebo Amazing Studia je vhodné připojit čas, dotčený web či modul a popis kroků, které vedly k chybě. Přihlašovací hesla, platební údaje ani tajné API klíče se do reklamace neposílají. Bezpečnostní incident lze oznámit i okamžitě na reklamační kontakt.

4.4. Poskytovatel spotřebiteli vydá nebo zašle potvrzení o uplatnění reklamace, zejména o datu, obsahu reklamace a požadovaném způsobu vyřízení, a následně potvrzení o datu a způsobu vyřízení, případně písemné odůvodnění zamítnutí. Podnikateli poskytne přiměřené potvrzení a informace o dalším postupu.

5. Reklamáce brandingu, grafických jobů a webových projektů

5.1. U zakázkové tvorby a jednotlivých jobů se vada posuzuje podle potvrzeného briefu, sjednaného rozsahu, technických parametrů, relevantních průběžných změn a právních požadavků. Podklady, které dodal klient, a jím požadované úpravy se posuzují s ohledem na rozdělení odpovědnosti sjednané ve VOP a smlouvě.

5.2. Pokud se vada prokáže, Poskytovatel ji odstraní nebo poskytne jinou nápravu podle povahy závazku a práv, která klientovi náleží. Při odstraňování vady není oprávněn požadovat platbu za vlastní vadné plnění. Nároky na přiměřenou slevu nebo odstoupení od smlouvy se řídí zákonem a konkrétním smluvním vztahem.

5.3. U webů se rozlišuje vada dodané implementace, nesplnění smluvně sjednaného servisu a následný problém způsobený neoprávněným zásahem třetí osoby, změnou hostingu, nepodporovanou integrací či nesprávným provozním nastavením. Poskytovatel neodmítne reklamaci automaticky pouze proto, že se na systému podílela třetí strana; rozhodná je příčina a rozsah jeho odpovědnosti.

5.4. U tiskových a výrobních výstupů se přihlíží ke schválené technologické specifikaci, případnému nátisku a obvyklým technologickým možnostem. To nevylučuje reklamaci skutečné vady oproti sjednané kvalitě či zákonu.

6. Ready-made branding a jednorázově dodané digitální výstupy

6.1. U ready-made brandingu se posuzuje, zda byly dodány sjednané soubory, licence, obsah a případné úpravy uvedené v produktové nabídce. Případná exkluzivita, úprava názvu, registrace ochranné známky či další služby jsou součástí plnění pouze tehdy, pokud byly výslovně sjednány.

6.2. Jde-li o spotřebitelskou smlouvu na jednorázově poskytnutý digitální obsah nebo službu digitálního obsahu, lze vytknout vadu, která se projeví v zákonem stanovené době, zpravidla do dvou let od zpřístupnění. U soustavně poskytovaného digitálního plnění se práva z vad posuzují po dobu sjednaného trvání poskytování. Přesný právní režim záleží na skutečné povaze plnění.

6.3. Práva z vadného plnění jsou odlišná od práva spotřebitele odstoupit od smlouvy bez uvedení důvodu. Ani výslovný souhlas s předčasným dodáním digitálního obsahu, je-li použit, sám o sobě neruší zákonná práva z vad.

7. Reklamáce Amazing Studia a ambra DBO

7.1. U průběžně poskytovaných digitálních služeb Poskytovatel odpovídá za vady v rozsahu smlouvy a použitelných právních předpisů po dobu, kdy je služba poskytována. Posuzují se zejména sjednané funkce, oprávněný přístup, dostupnost relevantních funkcí, bezpečnostní a další potřebné aktualizace.

7.2. Při oznámení vady Poskytovatel přiměřeně prověří její příčinu a vadu, za kterou odpovídá, odstraní v přiměřené době bez nepřiměřených obtíží pro klienta. Pokud odstranění není možné, není provedeno řádně nebo jsou splněny další zákonné podmínky, mohou klientovi vzniknout práva na slevu či odstoupení od smlouvy.

7.3. Ne každé plánované servisní okno nebo krátkodobé přerušení automaticky představuje vadu; rozhodují smluvní vlastnosti, informace poskytnuté zákazníkovi, délka a dopad přerušení a zákonné povinnosti Poskytovatele. Není-li výslovně sjednáno konkrétní SLA, tento reklamační řád žádnou číselnou dostupnost nezaručuje.

7.4. Vady služeb třetích stran se posuzují podle toho, zda za dotčené plnění vůči klientovi odpovídá Poskytovatel, nebo příslušná třetí strana. U klientem zvolené platební brány, dopravce či další externí služby může být nutná součinnost jejich poskytovatele; práva klienta vůči Amazing Brands tím nejsou vyloučena, pokud za dané plnění Amazing Brands odpovídá.

7.5. Ukončení předplatného, 14denní přechodné období a následný režim PRIME upravují VOP. Tato pravidla neomezují právo na vyřízení oprávněné reklamáce ani práva spotřebitele vyplývající z vadného poskytování digitální služby.

8. Lhůty a postup vyřízení

8.1. U spotřebitelských reklamací služeb a jiných plnění, na které se uplatní obecný režim zákona o ochraně spotřebitele, bude reklamáce včetně odstranění vady vyřízena a spotřebitel o tom informován bez zbytečného odkladu, nejpozději do **30 kalendářních dnů** ode dne uplatnění, ledaže se strany dohodnou na delší lhůtě.

8.2. U spotřebitelských smluv o poskytování **digitálního obsahu či služby digitálního obsahu** se uplatní zvláštní režim: vada se odstraňuje a reklamáce vyřizuje **v přiměřené době** s ohledem na povahu plnění a účel, pro který je spotřebitel požadoval. Nelze plošně nahrazovat tuto lhůtu pravidlem 30 dní.

8.3. U podnikatelů (B2B) se vyřízení řídí smlouvou, povahou vady, právními předpisy a přiměřenou součinností stran. Pokud je v individuální smlouvě sjednána konkrétní servisní lhůta nebo SLA, použije se v příslušném rozsahu.

8.4. Klient bude informován o výsledku reklamáce elektronicky, pokud není dohodnuto jinak. Při zamítnutí bude sděleno odůvodnění. Uznání nebo zamítnutí reklamáce nepředjímá jiná práva či povinnosti stanovené zákonem.

9. Náklady a vrácení plateb

9.1. Oprávněná reklamáce se vyřizuje bez poplatku za odstranění vady. Spotřebiteli náleží také práva na náhradu účelně vynaložených nákladů v zákonném rozsahu. Pokud se ukáže, že podání není reklamací vady, lze případnou placenou diagnostiku nebo novou zakázku provést pouze na základě předem schválené nabídky; samotné zamítnutí spotřebitelské reklamáce nezakládá automatický poplatek.

9.2. Je-li oprávněný nárok řešen slevou nebo vrácením peněz, sjedná se nebo použije způsob vypořádání v souladu se zákonem a smlouvou. Tento reklamační řád nevylučuje další zákonné nároky včetně náhrady škody, jsou-li splněny příslušné podmínky.

10. Mimosoudní řešení spotřebitelských sporů

10.1. Pokud se spor mezi spotřebitelem a Poskytovatelem nepodaří vyřešit přímo, může spotřebitel využít mimosoudní řešení spotřebitelského sporu u **České obchodní inspekce**, Štěpánská 15, 120 00 Praha 2, web www.coi.gov.cz, pokud je pro daný spor příslušná.

10.2. Podání podnětu České obchodní inspekci není totéž jako uplatnění reklamace u Poskytovatele. Spotřebitel má právo obrátit se také na příslušný soud.

11. Závěrečná ustanovení

11.1. Tento reklamační řád nezkracuje zákonná práva spotřebitelů, zejména práva z vadného plnění, ani nepřevádí reklamace zboží klientských e-shopů na Amazing Brands, není-li společnost v konkrétním případě prodávajícím.

11.2. Vady a požadavky uplatněné před účinností tohoto reklamačního řádu se posuzují podle smlouvy a právních předpisů použitelných pro dané plnění. Tento reklamační řád nabývá účinnosti **10. října 2026** a zveřejňuje se na amazingbrands.cz.

Související dokument: Všeobecné obchodní podmínky Amazing Brands s.r.o. (verze 1.0).