

Všeobecné obchodní podmínky společnosti Shean s.r.o. ke Smlouvě o správě PPC kampaní

I. Úvodní ustanovení

1. Obchodní společnost Shean s.r.o., se sídlem Svitavská 500, 678 01 Blansko, IČ 26768479, zapsaná v Obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Brně v oddíle C, vložce 48866, vydává v souladu s ustanovením § 273 zákona č. 513/1991 Sb., Obchodního zákoníku, v platném znění, tyto Všeobecné obchodní podmínky (dále jen „**VOP**“)
2. VOP se vztahují na právní vztahy mezi Smluvními stranami založené Smlouvou o správě PPC kampaní (dále jen „**Smlouva**“).

II. Smluvní strany

1. **Zhotovitel:** Shean s.r.o., se sídlem Svitavská 500, 678 01 Blansko, IČ 26768479, zapsaná v Obchodním rejstříku vedeném Krajským soudem v Brně v oddíle C, vložce 48866.
2. **Objednatel:** právnická nebo fyzická osoba, která po seznámení se s těmito VOP uzavře se Zhotovitelem Smlouvu.

III. Pojmy

1. **PPC** (pay per click - platba za kliknutí) – model platby za internetovou reklamu spočívající v platbě za tzv. prokliky (kliknutí na reklamu). Objednatel neplatí za každé zobrazení PPC reklamy, ale až ve chvíli, kdy Uživatel na reklamu klikne.
2. **PPC reklama** – internetová reklama placená za proklik. Jedná se o reklamu, kdy se po zadání klíčového slova (slovního spojení) do vyhledávače (Google.cz, Seznam.cz) spolu s přirozenými výsledky vyhledávání zobrazí také reklamní sdělení, které s hledaným pojmem či frází souvisí (**PPC reklama ve vyhledávačích**), nebo o reklamu zobrazovanou v obsahové síti partnerských webových stránek daného Reklamního systému, kdy Reklamní systém umísťuje PPC reklamu u článků, jejichž obsah souvisí s reklamním sdělením (**PPC kontextová reklama**).
3. **Reklamní systém** – prostor na internetových stránkách vymezený pro PPC reklamu. Reklamní systémy s platbou PPC jsou například: Seznam Sklik, Google Adwords, Google Adsense, Facebook. **Provozovatelé Reklamních systémů** jsou například – Google, Seznam, Facebook.
4. **Uživatel** – každá fyzická osoba, která využívá internetové prostředí k vyhledávání informací, produktů nebo služeb.
5. **PPC kampaň** – reklamní kampaň vedená za účelem přivedení relevantních Uživatelů prostřednictvím PPC reklamy na internetové stránky Objednatele.
6. **Klíčová slova** – slova a slovní spojení zadávané do vyhledávacího okna daného vyhledávače (Google.cz, Seznam.cz), po jejichž zadání se zobrazí PPC reklama Objednatele. U klíčových slov je předpoklad, že pokud je Uživatel hledá, má zájem o produkt či službu Objednatele. Po zadání některého ze zvolených klíčových slov do vyhledávače se PPC reklama zobrazí v pravé části výsledků vyhledávání nebo nad nimi a je označena jako Sponzorovaný odkaz nebo Reklama. Klíčové slovo může být jednoduché slovo i sousloví. Klíčové slovo se skloňuje, časuje a odstraňuje se mu

diakritika. Volba klíčových slov je podřízena Publikačním pravidlům daného Reklamního systému.

7. **Sponzorované odkazy (označované také jako Reklamy)** – placené odkazy na internetové stránky, které se zobrazují vedle výsledků vyhledávání nebo nad nimi na základě zaměření daného vyhledávání, nebo na obsahových stránkách v síti partnerských webů daného Reklamního systému. Tvoří titulek reklamy, Reklamní text a odkaz na internetové stránky Objednatele.
8. **Sponzorované odkazy Google Adwords** – sponzorované odkazy Reklamního systému Google Adwords zobrazované ve fulltextovém vyhledávání Google a na webových stránkách smluvních partnerů společnosti Google.
9. **Sponzorované odkazy Google Adsense** – sponzorované odkazy Reklamního systému Google Adsense zobrazované v široké síti partnerských webů dle určení Provozovatele Reklamního systému (společnost Google).
10. **Sponzorované odkazy Seznam Sklik - vyhledávání, obsah** – sponzorované odkazy reklamního systému Sklik zobrazované ve vyhledávači Seznam a na jeho serverech a portálech (Zboží.cz, Sbazar, Firmy.cz aj.) podle určení Provozovatele Reklamního systému (společnost Seznam).
11. **Reklamní pozice** – umístění PPC reklamy Objednatele v daném Reklamním systému.
12. **Publikační pravidla** – pravidla Reklamního systému (Google, Seznam, Facebook), kterými se Zhotovitel musí řídit při zadávání Reklamní kampaně pro Objednatele.
13. **Reklamní text** – prostor v rámci Sponzorovaného odkazu, který slouží k reklamnímu vyjádření Objednatele. Reklamní text podléhá Publikačním pravidlům daného Reklamního systému, musí odpovídat například požadavkům délky znaků, gramatiky, nepoužívání superlativů či zvýraznění nebo odlišení části textu, dobrých mravů, registrovaných ochranných známek atd. Daný Reklamní systém určuje velikost reklamního textu, zpravidla první řádek nejvíce 25 znaků včetně mezer, druhý a třetí řádek vždy nejvíce 35 znaků včetně mezer. Velikost a rozsah Reklamního textu může být bez předchozího varování Provozovatele Reklamního systému změněn. Zhotovitel má následně právo příslušné Reklamní texty upravit do souladu s novou velikostí Reklamního textu.
14. **Grafická reklama** – PPC reklama v grafické podobě, nejčastěji v podobě banneru (wide banner, skyclicker, box, square, e-layer), obrázku, videa (videobanneru) či interaktivní reklamy (gadget). Jejich označení, velikost a formát se liší v závislosti na daném Reklamním systému či webových stránkách, na kterých je tato reklama zobrazována.
15. **URL** (Unique Resource Locator – jednoznačné určení zdroje) – URL je totéž, co internetová adresa. Reklamními systémy bývá rozeznáváno URL viditelné (adresa zobrazená v PPC reklamě) a URL cílové (adresa, na kterou se uživatel po kliknutí dostane).
16. **Zobrazení** – počet zobrazení PPC reklamy.
17. **Proklik** – jedno kliknutí Uživatele na Sponzorovaný odkaz, který Uživatele přivede na internetové stránky Objednatele, započítané Provozovatelem Reklamního systému. Proklik se započítává, i když je cílová stránka Objednatele mimo provoz. V případě nefunkčnosti internetových stránek Objednatele je Objednatel povinen neprodleně informovat Zhotovitele a upřesnit s ním funkční cílovou URL, na kterou bude PPC kampaně směřovat. Vzhledem k rozdílným algoritmům měření Reklamních systémů a měřidel v online statistikách stránek, nemusí být počet prokliků realizovaných v PPC kampani vždy stejný jako počet prokliků z daného měřiče uvedených v online statistikách stránek. Zhotovitel neodpovídá za vzniklé rozdíly a tyto nejsou důvodem

- k nezaplacení služeb. Veškeré reklamace musí Objednatel uplatňovat přímo u Provozovatele Reklamního systému.
18. **Měsíční rozpočet PPC kampaně** – nejvyšší cena, kterou je Objednatel ochoten za PPC kampaň zaplatit za jeden měsíc. Dodržení Měsíčního rozpočtu PPC kampaně nelze v Reklamních systémech nastavit.
 19. **Maximální cena za proklik** – nejvyšší cena, kterou je Objednatel ochoten zaplatit za prokliknutí PPC reklamy. Reklamní systém vyhodnocuje maximální nabídnuté ceny za proklik a PPC reklamy následně zobrazuje v pořadí od nejvyšší nabídnuté ceny po nejnižší.
 20. **Míra prokliku (CTR – Click Through Rate)** – je hodnota vyjadřovaná v procentech, která vyjadřuje poměr mezi počtem Prokliků a počtem Zobrazení, a udává tak pravděpodobnost, s jakou si Uživatelé kliknou na zobrazenou PPC reklamu.
 21. **Neplatné prokliky (Click Fraud)** – prokliky, o kterých Provozovatel Reklamního systému rozhodne, že jsou neplatné a které neúčtuje. Reklamace platných či neplatných prokliků je možná pouze u Provozovatele Reklamního systému.
 22. **Nákupní cena za proklik** – reálná cena za proklik stanovená daným Reklamním systémem. Nákupní cena za proklik může být v průběhu trvání Smlouvy Provozovatelem Reklamního systému zvýšena.
 23. **Kredit** – vedle ceny za správu PPC kampaně může být ve Smlouvě sjednána výše Kreditu pro Reklamní systémy. V tomto případě Objednatel hradí Kredit Zhotoviteli a Zhotovitel Kredit vkládá do Reklamních systémů dle potřeb PPC kampaně. Před vyčerpáním Kreditu Zhotovitel e-mailem upozorní Objednatele, že Kredit bude brzy vyčerpán. Pokud si Objednatel Kredit hradí sám, Zhotovitel neodpovídá za výši Kreditu na reklamním účtu Objednatele u Provozovatele Reklamního systému a neupozorňuje na vyčerpání Kreditu. Správa PPC kampaně dle Smlouvy běží i při nulovém zůstatku na účtu Objednatele.
 24. **Provize** – ve Smlouvě může být sjednána Provize pro Zhotovitele za Správu PPC kampaně. Výše provize je stanovena procentuálně a odvozuje se od výše Kreditu sjednaného ve Smlouvě.
 25. **Předání reklamního účtu** – Má-li Objednatel již otevřen reklamní účet u Provozovatele Reklamního systému, může tento reklamní účet předat Zhotoviteli, je-li dle Zhotovitele pro PPC kampaň vhodný. V tomto případě je Objednatel povinen umožnit Zhotoviteli přístup k administraci reklamního účtu tak, že Zhotoviteli předá informace ohledně uživatelského jména a hesla pro přístup k reklamnímu účtu, přičemž po dobu trvání Smlouvy nesmí bez vědomí Zhotovitele do nastavení reklamního účtu zasahovat. O předání účtu a přihlašovacích údajů Smluvní strany sepíší Předávací protokol.
 26. **Monitoring PPC kampaně** – Zhotovitel provádí pravidelnou kontrolu pozice preferovaných klíčových slov Objednatele a opravu nedostatečných pozic. Vzhledem ke specifické povaze Reklamních systémů však Zhotovitel nemůže určitou Reklamní pozici Objednateli garantovat.
 27. **Správa PPC kampaně** – Správa PPC kampaně zahrnuje:
 - analýzu klíčových slov,
 - tvorbu Reklamních textů,
 - nastavení a spuštění Reklamní kampaně Objednatele v Reklamních systémech sjednaných ve Smlouvě
 - kompletní vedení kampaně proškoleným pracovníkem
 - průběžnou optimalizaci fungování PPC kampaně
 - změny a úpravy Reklamní kampaně v jejím průběhu
 - monitoring PPC kampaně

- zasílání měsíčních statistik nebo pravidelných reportů
- kontrolu Kreditu, čerpání a úspěšnosti PPC kampaně

IV. Předmět Smlouvy

1. Zhotovitel se zavazuje po sjednanou dobu Spravovat pro Objednatele PPC kampaň dle sjednané Smlouvy a těchto VOP.
2. Objednatel se zavazuje Zhotoviteli zaplatit za Správu PPC kampaně cenu ve výši, způsobem a ve lhůtách dle sjednané Smlouvy a těchto VOP.

V. Termín plnění

1. Správa PPC kampaně bude Zhotovitelem zahájena v den stanovený ve Smlouvě.
2. Správa PPC kampaně bude Zhotovitelem ukončena dnem sjednaným ve Smlouvě, pokud Smlouva nebude ukončena některým ze způsobů uvedených v čl. XII. těchto VOP.
3. Dodržení termínu plnění je závislé na součinnosti ze strany Objednatele, zejména na řádném předání všech podkladů potřebných pro realizaci PPC kampaně (specifikace pro tvorbu Reklamních textů, specifikace nastavení PPC kampaně) a na uhrazení plateb dle Smlouvy.
4. Jestliže Objednatel neposkytne potřebnou součinnost, nebo v případě, že je Objednatel v prodlení s placením některé platby dle Smlouvy, termín plnění stanovený Smlouvou se automaticky prodlužuje o dobu neposkytnutí součinnosti, nebo o dobu prodlení s placením, a po tuto dobu není Zhotovitel s plněním předmětu Smlouvy v prodlení. Zhotovitel je v těchto případech oprávněn nezahájit nebo pozastavit PPC kampaň, a to až do doby poskytnutí součinnosti či uhrazení plateb Objednatelem.
5. Zhotovitel je oprávněn Objednatele písemně vyzvat k poskytnutí součinnosti či k uhrazení plateb (za písemnou formu se v tomto případě považuje i fax a e-mail). Ve výzvě Zhotovitel upozorní Objednatele na automatické prodloužení termínu plnění dle bodu 4. tohoto článku, případně na nezahájení či pozastavení PPC kampaně.

VI. Cena a způsob úhrady ceny

1. Cena za správu PPC kampaně je stanovena dohodou Smluvních stran ve Smlouvě.
2. Cena bude hrazena v několika platbách, jejichž výše a splatnost je stanovena Smlouvou.
3. Na jednotlivé platby budou Zhotovitelem vystaveny faktury v podobě daňových dokladů, které budou Objednateli zaslány v elektronické podobě. Objednatel se zavazuje ve lhůtách stanovených Smlouvou uhradit platby na účet Zhotovitele uvedený ve Smlouvě.

VII. Práva a povinnosti Smluvních stran

1. Objednatel se zavazuje poskytnout Zhotoviteli potřebnou součinnost pro plnění závazků plynoucích Zhotoviteli ze Smlouvy a těchto VOP. Objednatel se zavazuje Zhotoviteli poskytnout veškeré potřebné podklady pro realizaci PPC kampaně.
2. Zhotovitel se zavazuje postupovat při plnění předmětu Smlouvy s odbornou péčí. Je přitom povinen dodržovat Smlouvu a tyto VOP, obecně závazné právní předpisy a dále pokyny Objednatele, pokud se od nich neodchylují.

3. Reklamní texty a Klíčová slova v PPC kampani vždy navrhuje Zhotovitel. Zhotovitel je oprávněn měnit Reklamní texty nebo Klíčová slova PPC kampaně za účelem jejich souladu s Publikačními pravidly Provozovatele Reklamního systému, nebo za účelem zefektivnění Reklamní kampaně Objednatele.
4. Objednatel je oprávněn požadovat změnu parametrů PPC kampaně, Zhotovitel je však oprávněn požadované změny odmítnout, pokud jsou v rozporu s obecně závaznými právními předpisy, zásadami poctivého obchodního styku, dobrými mravy, pokud ohrožují práva a zájmy třetích osob, dobrou pověst nebo obchodní zájmy Zhotovitele či Provozovatele Reklamního systému, nebo pokud představují porušení podmínek Provozovatele Reklamního systému (např. nesoulad Klíčových slov s Publikačními pravidly Provozovatele Reklamního systému) či mají vliv na efektivitu průběhu PPC kampaně.
5. Zhotovitel je oprávněn z důvodu zefektivnění průběhu PPC kampaně spustit její část i v Reklamním systému, který nebyl sjednán ve Smlouvě. Zhotovitel je oprávněn změnit Reklamní systém sjednaný ve Smlouvě, pokud je PPC reklama Objednatele Provozovatelem Reklamního systému odmítnuta nebo odstraněna (Provozovatel Reklamního systému je oprávněn kdykoli PPC reklamu odmítnout nebo odstranit, a to bez udání důvodu nebo z jakéhokoli důvodu).
6. Objednatel přebírá plnou právní odpovědnost za obsah internetových stránek, na které budou Uživatelé přesměrováni po kliknutí na PPC reklamu, zejména za rozpor internetových stránek s obecně závaznými právními předpisy, dobrými mravy, nebo za ohrožování či porušování práv a zájmů třetích osob nebo Zhotovitele či Provozovatele Reklamního systému.
7. Objednatel je oprávněn v průběhu trvání Smlouvy zaslat Zhotoviteli písemnou žádost o pozastavení PPC kampaně (za písemnou formu se v tomto případě považuje i kontaktní e-mail Zhotovitele uvedený ve Smlouvě), a to nejdéle na 2 měsíce. Po uplynutí požadované doby bude Reklamní kampaň Zhotovitelem znovu spuštěna.
8. Stoupne-li v průběhu trvání PPC kampaně Nákupní cena za proklik o více než 30 % oproti ceně, která byla aktuální při uzavření Smlouvy, je Zhotovitel oprávněn požadovat vůči Objednateli doplacení rozdílu v ceně prokliku a Objednatel je povinen požadovanou částku v plné výši uhradit, nebo je Zhotovitel oprávněn k přepočítání a snížení počtu prokliků.
9. Vzhledem k tomu, že dodržení Měsíčního rozpočtu PPC kampaně nelze v Reklamních systémech nastavit, Zhotovitel si vyhrazuje možnost odchylky ceny až 10% a Objednatel je povinen do výše této odchylky překročení ceny respektovat a takto zvýšenou cenu Zhotoviteli uhradit.
10. Pokud Objednatel jakkoli zasáhne do nastavení PPC kampaně, nenese Zhotovitel žádnou odpovědnost za špatný chod kampaně. Tento zásah je považován za hrubé porušení Smlouvy a Zhotovitel je oprávněn od Smlouvy okamžitě odstoupit.
11. Zhotovitel nenese žádnou odpovědnost z nároků třetích osob, uplatňovaných vůči Objednateli, které by mohli mít přímou či nepřímou souvislost s PPC kampaní realizovanou pro Objednatele.
12. Zhotovitel nenese odpovědnost za služby poskytované Objednateli třetí stranou, zejména za výpadky a poruchy serverů Reklamních systémů, zobrazování sponzorovaných odkazů v Reklamních systémech, zrušení či nedostupnost internetové stránky Objednatele apod.

VIII. Licence

1. Veškeré know-how, Reklamní texty, popisky a grafické prvky vytvořené Zhotovitelem v rámci plnění předmětu Smlouvy jsou chráněny autorským právem Zhotovitele a podléhají režimu autorského zákona. Objednatel se zavazuje užívat předmět autorského díla Zhotovitele pouze v souladu s příslušnými ustanoveními autorského zákona a těmito VOP. Zhotovitel na základě Smlouvy a těchto VOP poskytuje Objednateli na dobu platnosti Smlouvy licenci k výkonu práva užit těchto prvků Reklamní kampaně pouze k účelu vyplývajícímu ze Smlouvy
2. Smluvní strany si sjednávají, že v případě porušení povinnosti uvedené v bodě 1. těchto VOP je Objednatel povinen zaplatit Zhotoviteli smluvní pokutu ve výši 10.000,-Kč za každý jednotlivý případ takového porušení povinnosti. Tím není dotčen nárok na náhradu škody.
3. Objednatel nesmí bez předchozího písemného souhlasu Zhotovitele po dobu, na kterou licenci Objednateli poskytl, poskytnout licenci třetí osobě (tzv. podlicence). Zhotovitel je oprávněn nadále dílo užit k účelu způsobem, ke kterému licenci udělil, jakož i k poskytnutí licence třetím osobám.
4. V případě, že by Zhotovitel nakládal s předmětem v rozporu s tímto článkem, má Objednatel nárok na zaplacení smluvní pokuty ve výši 10 000,-Kč. Smluvní pokuta je splatná na základě písemné výzvy Objednatele, ve lhůtě 15 dnů od doručení výzvy Zhotoviteli. Tím není dotčeno právo Objednatele na náhradu škody.

IX. Sankce za porušení smlouvy

1. Smluvní strany si sjednávají pro případ prodlení Objednatele s placením některé platby, k jejíž úhradě je dle Smlouvy povinen, nebo pro případ neposkytnutí součinnosti Objednatelem, povinnost Objednatele zaplatit Zhotoviteli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z dlužné částky za každý den prodlení.
2. Pokud Zhotovitel odstoupí od Smlouvy podle článku XII. bod 4. těchto VOP nebo podle článku VII. bod 10. těchto VOP, je Objednatel povinen zaplatit Zhotoviteli smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč.
3. Smluvní strany si sjednávají pro případ prodlení Zhotovitele se zahájením PPC kampaně po dobu delší než 30 dní povinnost Zhotovitele zaplatit Objednateli smluvní pokutu ve výši 0,05 % z ceny díla za každý den prodlení.
4. Pokud Objednatel odstoupí od Smlouvy podle článku XII. bod 6. těchto VOP, je Zhotovitel povinen zaplatit Zhotoviteli smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč.
5. Smluvní strany si sjednávají pro případ porušení povinnosti mlčenlivosti uvedené v článku XI. těchto VOP, povinnost strany porušující zaplatit druhé straně smluvní pokutu ve výši 10.000,- Kč.
6. Smluvní pokuty jsou splatné do 15 dnů poté, co bude písemná výzva jedné strany v tomto směru druhé straně odeslána.
7. Povinností zaplatit smluvní pokutu není dotčeno právo na náhradu škody, a to ani co do výše, v níž případně náhrada škody smluvní pokutu přesáhne. Povinnost zaplatit smluvní pokutu může vzniknout i opakovaně, její celková výše není omezena.
8. Povinnost zaplatit smluvní pokutu trvá i po skončení trvání Smlouvy, jakož i poté, co dojde k odstoupení od ní některou ze stran či oběma stranami.

X. Ostatní ujednání

V případech, kdy Smlouva nebo tyto VOP výslovně nestanoví jinak, písemnosti Smlouvou a těmito VOP předpokládané budou druhé Smluvní straně zasílány výhradně doporučeným dopisem na adresu uvedenou v záhlaví Smlouvy. Nebude-li na této adrese zásilka úspěšně doručena či převzata druhou Smluvní stranou nebo nebude-li tato zásilka vyzvednuta v úložní době a držitel poštovní licence zásilku vrátí zpět, bude za úspěšné doručení, se všemi právními důsledky, považován pátý den ode dne prokazatelného odeslání zásilky.

XI. Povinnost mlčenlivosti

1. Každá ze Smluvních stran se zavazuje zachovávat mlčenlivost o skutečnostech, o nichž se dozvěděla v důsledku jejího vztahu ke straně druhé, založeného Smlouvou, tyto skutečnosti nevyužít pro sebe či pro jiného ani neumožnit jejich využití třetím osobám, nejde – li o řádné plnění Smlouvy a těchto VOP.
2. Povinnosti uvedené v bodě 1. tohoto článku VOP trvají i po skončení trvání Smlouvy, jakož i poté, co dojde k odstoupení od ní některou ze Smluvních stran či oběma stranami.

XII. Trvání a ukončení Smlouvy

1. Smlouva nabývá platnosti a účinnosti dnem jejího podpisu oběma Smluvními stranami.
2. Smlouva může být ukončena písemnou dohodou Smluvních stran.
3. Smlouva může být Smluvní stranou ukončena písemnou výpovědí bez udání důvodu. Výpovědní lhůta činí 30 dní a počíná běžet od prvního dne měsíce následujícího po měsíci, v němž byla výpověď doručena druhé Smluvní straně.
4. Zhotovitel může od Smlouvy odstoupit, pokud dojde k podstatnému porušení smluvních povinností Objednatel, zejména v případě, když je Objednatel v prodlení s placením plateb sjednaných ve Smlouvě, nebo Objednatel neposkytl potřebnou součinnost pro řádnou a včasnou realizaci předmětu plnění, po dobu delší než 30 dnů.
5. Obě Smluvní strany mohou od Smlouvy odstoupit v případě, že na majetek druhé Smluvní strany byl podán návrh na zahájení insolvenčního řízení nebo společnost vstoupila do likvidace.
6. Objednatel může od Smlouvy odstoupit, pokud dojde k podstatnému porušení smluvních povinností Zhotovitelem, zejména v případě, že je Zhotovitel v prodlení se zahájením PPC kampaně po dobu delší než 30 dní.
7. Odstoupení od Smlouvy musí být provedeno písemně a musí být doručeno druhé Smluvní straně. Odstoupením od Smlouvy zanikají všechna práva a povinnosti stran ze Smlouvy a těchto VOP. Odstoupení od Smlouvy se však nedotýká nároku na náhradu škody vzniklé porušením Smlouvy a těchto VOP. Odstoupení od Smlouvy nemá vliv na zajištění závazků ze Smlouvy.
8. Objednatel ani Zhotovitel nejsou v prodlení v plnění svých povinností, jestliže prodlení bylo způsobeno okolnostmi vyšší moci, jako např. válka, přírodní katastrofy, záplavy, oheň, stávky nebo dalšími okolnostmi neodvratitelné a nepředvídatelné povahy, které nastaly v době plnění Smlouvy a které znemožnily splnění povinnosti. O nesplnění povinnosti z důvodu vyšší moci se jsou Smluvní strany povinny neprodleně informovat. O dobu trvání vyšší moci se přiměřeně prodlužuje lhůta pro splnění povinnosti Objednatele i Zhotovitele.

9. Objednatel je povinen vyčerpat sjednaný počet prokliků či výši Kreditu v plné výši. Zhotovitel nemá povinnost nevyčerpaný počet prokliků nebo výši Kreditu vrátit Objednateli.

XIII. Závěrečná ujednání

1. Tyto VOP nabývají platnosti a účinnosti dnem 16.5.2011
2. Zhotovitel je oprávněn tyto VOP změnit nebo doplnit. Smluvní vztahy mezi Zhotovitelem a Objednatelem se však řídí VOP, účinnými v době uzavření Smlouvy.
3. Odchylná písemná ujednání ve Smlouvě mají přednost před zněním těchto VOP.
4. Smlouvu lze měnit či doplňovat pouze písemnými dodatky, podepsanými oběma Smluvními stranami. Jiné písemnosti, obsahující projevy stran či osob oprávněných je zastupovat, jako jsou zejména zápisy, protokoly, nejsou změnami ani doplňky Smlouvy. Všechny ve Smlouvě uvedené přílohy jsou její nedílnou součástí.
5. V případě, že by některé ustanovení Smlouvy nebo těchto VOP bylo shledáno částečně nebo úplně neplatným, není tím dotčena platnost ostatních ustanovení. Namísto neplatného ustanovení bude platit za dohodnuté takové ustanovení, které bude nejbližší odpovídat smyslu a účelu neplatného ustanovení.
6. Nastanou-li u některé ze Smluvních stran okolnosti bránící řádnému plnění Smlouvy, je povinna to bez zbytečného odkladu oznámit druhé straně.
7. Smluvní strany výslovně sjednávají, že práva a povinnosti ze Smlouvy přecházejí na právní nástupce obou Smluvních stran.
8. Pro Smluvní strany je závazný výlučně právní řád (normy práva hmotného a procesního) platný na území Zhotovitele. Právní vztahy ze Smlouvy se řídí především zákonem č. 513/1991 Sb., Obchodním zákoníkem, a dále příslušnými ustanoveními zákona č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon).
9. Smluvní strany se vzájemně dohodly, ve smyslu ustanovení § 89a Občanského soudního řádu, že pro případ řešení sporů vyplývajících ze Smlouvy je dána pravomoc soudů a jejich místní příslušnost je následující:
 - a) Krajského soudu v Brně tam, kde bude dána věcná příslušnost krajského soudu,
 - b) Okresního soudu Blansko tam, kde bude dána věcná příslušnost okresního soudu.

V Blansku dne 16.5.2011

Shean, s.r.o.
Miloslav Novotný, jednatel