

Checklista najważniejszych zmian, które warto wdrożyć przed wejściem nowych regulacji

1. Widoczny przycisk - klient nie może szukać formularza zwrotu w regulaminie lub stopce strony. Sprawdź, czy:

- przycisk „Odstąp od umowy” jest dobrze widoczny,
- link do zwrotu znajduje się w panelu klienta lub historii zamówień,
- formularz zwrotu jest dostępny bez zbędnych kliknięć,
- przesyłasz wiadomość email z linkiem do formularza zwrotu online.

2. Cyfrowy formularz zwrotu online. Nowe przepisy odchodzą od: formularzy PDF, drukowania dokumentów i ręcznego wysyłania zgłoszeń. Formularz powinien:

- działać online,
- umożliwiać szybkie zgłoszenie zwrotu,
- być intuicyjny także na urządzeniach mobilnych.

3. Łatwe „one-click withdrawal”. Zadbaj o uproszczony proces odstąpienia od umowy. Klient powinien móc:

- kliknąć przycisk zwrotu,
- wybrać produkty,
- potwierdzić zgłoszenie online.

Bez konieczności kontaktu z supportem, wysyłania maili, logowania do wielu systemów czy drukowania formularzy.

4. Zwrot części zamówienia. Klient kupił 3 koszule, a oddaje jedną? Formularz musi to płynnie ogarnąć.

5. Zero „dark patterns”. Nowe przepisy mocno uderzają w praktyki utrudniające zwroty.

Unikaj:

- ukrywania przycisków,
- mylących komunikatów,
- wieloetapowych formularzy,
- straszenia klienta konsekwencjami zwrotu,
- celowego utrudniania procesu.

6. Automatyzacja. Po zgłoszeniu odstąpienia klient powinien automatycznie otrzymać:

- potwierdzenie przyjęcia zgłoszenia,
- numer zwrotu,
- instrukcje dalszych kroków.

7. Dostępność WCAG 2.1. Proces zwrotu musi być dostępny i czytelny również dla osób z niepełnosprawnościami. Sprawdź:

- kontrasty,
- czytelność formularzy,
- działanie na czytnikach ekranu,
- opisy pól i przycisków,
- dostępność mobilną.

E-commerce w IFIRMA

- ✓ Fakturowanie z KSeF
- ✓ Ponad 150 integracji

[Sprawdź ofertę dla e-commerce](#)



8. Zweryfikowany regulamin sklepu i politykę zwrotów. Przed czerwcem 2026 warto zaktualizować:

- regulamin sklepu,
- politykę odstąpienia od umowy,
- instrukcje zwrotów,
- komunikaty e-mail,
- sekcję FAQ.

Treści powinny jasno tłumaczyć klientowi:

- jak zgłosić zwrot,
- ile ma czasu,
- jakie produkty nie podlegają zwrotowi,
- kiedy otrzyma zwrot środków.

9. Niezależność od ograniczeń platformy. Upewnij się, że wybrane rozwiązanie (takie jak zautomatyzowane linki od IFIRMA) omija technologiczne bariery Twojego silnika e-commerce. Sprawdź, czy system zwrotów:

- bezproblemowo radzi sobie z zamówieniami gości (zakupy bez rejestracji),
- nie obciąża serwera i nie spowalnia działania całego sklepu,
- jakie produkty nie działa uniwersalnie, niezależnie od tego, czy używasz WooCommerce, Shopify, PrestaShop, czy autorskiego kodu, zwrotowi,
- jest odporny na aktualizacje sklepu (zewnętrzny, bezpieczny formularz online to gwarancja, że zmiany w kodzie strony nie zepsują procesu zwrotów).

E-commerce w IFIRMA

- ✓ Fakturowanie z KSeF
- ✓ Ponad 150 integracji

[Sprawdź ofertę dla e-commerce](#)



Zweryfikuj, czy obecny system:

- obsługuje formularze online,
- generuje automatyczne linki do zwrotów,
- pozwala zarządzać zwrotami z jednego miejsca,
- integruje się z WooCommerce lub inną platformą.

10. Obsługa klienta gotowa na nowe procedury. Nawet najlepsza automatyzacja wymaga przygotowania zespołu. Warto:

- opracować nowe procedury,
- przygotować gotowe odpowiedzi dla klientów,
- przeszkolić dział obsługi,
- ustalić proces obsługi wyjątków i reklamacji.

E-commerce w IFIRMA

- ✓ Fakturowanie z KSeF
- ✓ Ponad 150 integracji

[Sprawdź ofertę dla e-commerce](#)

