



# Checklist voor B2B labelaanvraag SafeShops.be

[Sluit je aan bij de e-commerce top van België]

Kapelsesteenweg 195/1  
2180 Ekeren

+32 496 34 12 84

info@safeshops.be  
www.safeshops.be

Bedankt voor je interesse in de snelst groeiende e-commerce community van België.

Voor je ligt de checklist voor de aanvraag van een SafeShops.be B2B kwaliteitscertificaat voor je webshop. Met deze checklist kan je je voorbereiden op je certificeringstraject. Ze geeft je een overzicht van de belangrijkste vereisten waaraan je webshop zal moeten voldoen om het SafeShops.be kwaliteitslabel te kunnen dragen.

Lees deze checklist grondig door. Ze bevat een reeks vaak terugkerende struikelblokken en tips om deze te overbruggen en zo vlotter door het certificatieproces te kunnen lopen. Let wel, deze checklist is géén exhaustieve lijst, het is enkel een hulpje om je vlotter op weg te helpen bij de voorbereiding van je certificeringstraject

Hieraan moet je website zeker voldoen om een SafeShops.be label te kunnen behalen: SafeShops verwacht hierbij dat enkele regels van transparantie en informatie, die vooral voor consumenten bedoeld zijn, ook dor de dragers van haar B2B labels worden nageleefd en uitgedragen.

## 1. Algemene voorwaarden

Bij de verkoop van je producten of diensten, hanteer je volledige en duidelijke algemene voorwaarden, die door je klanten best expliciet aanvaard worden voorafgaand aan hun bestelling (tip: je kan hiervoor de standaardvoorwaarden van SafeShops.be gebruiken). Vergeet niet dat je moet kunnen bewijzen dat deze voorwaarden door je klanten gekend en aanvaard waren voorafgaand aan hun eerste bestelling en dat deze algemene voorwaarden best, net zoals voor consumenten, opgeslagen moeten kunnen worden door de consument. De SafeShops.be standaardvoorwaarden zijn evenwichtig en correct opgesteld en bevatten alle nodige informatie voor je klanten. Zo creëer je een maximum aan klantenvertrouwen en blijven je rechten tot goed beschermd.

OK

## 2. Identiteit

Vertel wie je bent aan je bezoeker. Plaats een rechtstreekse link (bvb “Wie zijn wij?”) naar de volgende informatie op elke pagina van je website: je handelsnaam, de naam van je bedrijf (als deze verschillend is), het geografisch adres, een e-mailadres, je ondernemingsnummer, BTW nummer en bankrekeningnummer.

OK

## 3. Bestelproces

Geef je klant duidelijke informatie over het verloop van het bestelproces en over de wijze waarop de overeenkomst tot stand komt en in het bijzonder over de handelingen die daarvoor nodig zijn. Dit kan door middel van een verklarende tekst of door bij aanvang van het bestelproces heel duidelijk te laten zien uit welke stappen dit bestaat. (Tip: het volstaat om in tabs boven het bestelproces aan te geven in welke stap iemand zich op dat ogenblik bevindt).

Vlak voor het plaatsen van de bestelling moet je nog eens een deel van de reeds gegeven informatie herhalen, zoals o.m. de aard van de goederen en de totale prijs.

OK



#### 4. Prijsaanduidingen

Vermeld steeds de volledige prijs van je producten en diensten. Als je ook aan consumenten verkoopt, weet dan dat die prijsvermelding altijd inclusief BTW en taksen bij verkoop aan consumenten. De consument heeft immers recht op duidelijke prijsvermeldingen, zonder verborgen extra's of toeslagen. Als je zowel B2B als B2C verkoopt, moet je dus rekening houden met aparte prijsvermeldingen.

OK

#### 5. Leverings –en andere kosten

Eventuele leveringskosten of andere kosten verbonden aan de bestelling of aanschaf van het product, vermeld je expliciet vóór het sluiten van de overeenkomst, zo weet je klant waar hij aan toe is.

OK

#### 6. Communicatiekosten

Gebruik je betalende telefoonlijnen? (Denk bijvoorbeeld aan 0900-nummers). Reken dan het basistarief aan. Als je een hoger tarief aanrekent, moet je dat duidelijk vooraf vermelden op de wijze die het KB Ethische Code voor de Telecommunicatie voorschrijft.

OK

#### 7. Betalingsmogelijkheden

Vóór het sluiten van de overeenkomst dien je je klant informatie te verstrekken over de verschillende betalingsmogelijkheden. Denk hierbij aan Bankcontact, PayPal, kredietkaart, overschrijving, rembours, mobiel betalen e.d. Je mag bovendien enkel kosten aanrekenen voor het gebruik hiervan, indien je hier zelf kosten voor hebt gemaakt. De kosten die je aanrekent mogen ook niet hoger liggen dan wat je zelf hebt betaald.

OK

#### 8. Klachtenprocedure

Als een klant een klacht heeft over jou, je product of jouw dienst of de wijze waarop je deze aanbiedt, moet hij die klacht ook kunnen uiten. De wet verplicht je daarom om op je website duidelijke informatie te verstrekken over de wijze waarop een klant een klacht bij je kan indienen en het tijdstip waarop hij een antwoord zal krijgen. Je dient eveneens duidelijk aan te geven waar hij deze klacht bij jou kan indienen (telefoon, adres, of emailadres,...).



OK

## 9. Duur van de overeenkomst

Als je een overeenkomst met een klant aangaat die een bepaalde looptijd heeft, (bijvoorbeeld een abonnement) dien je de klant te informeren over de lengte van die looptijd. Als je daarentegen een overeenkomst met een klant aangaat die een onbepaalde looptijd heeft of automatisch wordt verlengd verwachten we dat je de klant informeert over de voorwaarden voor het opzeggen van de overeenkomst (bijvoorbeeld hoeveel maanden de opzegtermijn bedraagt).

OK

## 10. Aanvullende informatie

In heel wat gevallen ben je ten aanzien van consumenten wettelijk verplicht om bijkomende informatie te verschaffen. We verwachten dat je deze informatieplichten ook naleeft in B2B relaties als ze van toepassing zijn. Het gaat onder meer over:

- De minimumduur van de verplichtingen van de klant uit hoofde van de overeenkomst.
- Het bestaan en de voorwaarden van waarborgsommen of andere financiële garanties die de klant op verzoek van de onderneming moet betalen of bieden.
- De bruikbaarheid en gebruiksbepalingen (technische beveiligingen) van digitale inhoud ((zoals programma's, muziek, films, e-books...)).
- De minimale systeemvereisten om content op een toestel te kunnen gebruiken, over compatibiliteit met bepaalde toestellen.

OK

## 11. Aankoopbevestiging

Bestellingen via je website kan je best elektronisch bevestigen. Zolang dat niet is gebeurd, kan de klant de bestelling betwisten. Ten aanzien van consumenten is zo'n bevestiging overigens wettelijk verplicht. "Elektronisch" wil zeggen per e-mail of door na verzending van de bestelling een scherm te tonen waarin de bestelgegevens worden vermeld.

OK

## 12. Levering

Vóór het sluiten van de overeenkomst moet je de klant informeren over de wijze van levering of de wijze waarop de overeenkomst op afstand wordt uitgevoerd.

Als de klant een consument is, wordt je geacht de klant te informeren over de termijn waarbinnen levering plaatsvindt. Vermeld je niets, dan word je geacht in elk geval binnen 30 dagen te leveren.



Indien je niet binnen de toegezegde termijn kunt leveren aan een klant-consument, dien je de klant daar voor het verstrijken van die termijn over te informeren en heeft hij het recht om de overeenkomst kosteloos te ontbinden. Uiteraard mag je wel een nieuwe levertermijn voorstellen, maar de consument is niet verplicht deze te aanvaarden.

OK

### 13. Persoonsgegevens

Heb je een database met persoonsgegevens van je klanten of prospects, dan moet je die in de meeste gevallen aangeven bij de Privacycommissie ([www.privacycommission.be](http://www.privacycommission.be)).

Bovendien moet je in een "Privacy Policy" aan je klanten uitleggen hoe je omgaat met hun persoonlijke gegevens. Iedereen mag vragen of zijn persoonsgegevens worden verwerkt en zo ja, welke. Bovendien mag men je vragen hoe jouw bedrijf aan deze gegevens komt. Je moet hierop binnen 45 dagen schriftelijk of elektronisch antwoorden. Dezelfde termijn geldt ook voor correcties of het verwijderen van iemands persoonsgegevens.

Geef je persoonsgegevens door aan derden, dan moet de consument hiervoor voorafgaand zijn akkoord geven. De klant (niet enkel de consument) moet correct geïnformeerd worden over de mogelijkheid om zich te verzetten tegen de doorgave van zijn gegevens.

OK

### 14. Cookies

Om cookies te plaatsen op de computer van de bezoeker aan je website, heb je in de meeste gevallen zijn toestemming nodig. Dit kan ofwel via een pop-up met een expliciete opt-in, ofwel op zijn allerminst via een waarschuwingsbanner die bij verder bezoek een toestemming impliceert. De precieze wijze waarop je die toestemming bekomt, is op dit ogenblik nog het voorwerp van discussie bij de overheid, maar SafeShops.be vraagt je om minstens voor een waarschuwing met impliciet akkoord bij verder bezoek te zorgen. Dit kan door bijvoorbeeld in de footer een korte waarschuwingstekst te voorzien ("Opgelet, deze website gebruikt cookies. Voor meer info klik hier") met een link naar je privacy policy of naar een apart document.

### 15. Opt-in

Je moet de voorafgaandelijke toestemming van de bestemming krijgen om reclame per e-mail te kunnen sturen behalve in het geval waar je reclame naar jouw eigen klanten per e-mail wenst te sturen.

Hieraan zijn wel vier voorwaarden gekoppeld:

- De bestemming van de email moet een klant zijn. Hij (of zij) moet al een product of een dienst bij jouw bedrijf hebben gekocht. Een loutere aanvraag van informatie of van een catalogus is niet genoeg.
- Jouw klant moet persoonlijk zijn/haar e-mail adres meegedeeld hebben. Verrijking van jouw bestand met externe e-mailadressen is enkel mogelijk mits hiervoor de toestemming gegeven werd van de consument.



- Je mag enkel reclame via elektronische weg sturen voor gelijkaardige producten of diensten als waarvoor de persoon bij de aankoop een e-mailadres of gsm-nummer (voor het toesturen van SMS, MMS,...) heeft meegedeeld.
- Op het moment van de verzameling van de gegevens moet je altijd aan de persoon de mogelijkheid geven om zich te verzetten tegen het gebruik van zijn gegevens voor reclame (bv. door middel van een aankruishokje). Ook moet je als je reclame via elektronische weg toestuurt, altijd aan de persoon de mogelijkheid geven om dergelijke reclame in de toekomst niet meer te ontvangen. Dat kan met een formule als 'indien je geen reclame meer per e-mail wenst te ontvangen, klik dan hier».

Als deze voorwaarden nageleefd zijn, mag je reclame per elektronische post (e-mail, SMS, MMS,...) sturen aan de betrokken personen zonder hun voorafgaandelijke toestemming te hebben verkregen. In alle andere gevallen moet je eerst hun toestemming vragen met een formule als 'Ja, stuur mij in de toekomst informatie over jouw producten en diensten per e-post».

OK

## 16. Reclame via e-mail

Reclame via e-mail moet duidelijk als zodanig herkenbaar zijn door de boodschap of de globale indruk (de presentatie ervan valt daar ook onder). Wanneer dit niet het geval is, moet er leesbaar, goed zichtbaar en ondubbelzinnig 'reclame' vermeld worden.

In je reclamemails moet je jezelf zodanig identificeren, dat je gemakkelijk en daadwerkelijk bereikbaar bent voor de ontvanger van de reclame. Vermeld daarom in je e-mails minstens je bedrijfsnaam en e-mailadres, eventueel aangevuld met postadres en/of telefoonnummer.

De ontvanger van je reclame dient zich telkens eenvoudig (bv. : door middel van een hyperlink 'unsubscribe') af te kunnen melden.

OK

## 17. Beveiliging van gegevens en systemen

Als een klant je zijn persoonsgegevens verstrekt, bijvoorbeeld tijdens het bestelproces, ben je verplicht om maatregelen te nemen die een veilige overdracht van die gegevens mogelijk maakt. Thans is het gangbaar om een degelijke gegevensoverdracht via een SSL-beveiligde verbinding te laten lopen en SafeShops.be verwacht ook dat je hiervoor zorgt.

Daarnaast verwacht SafeShops.be ook dat je gebruik maakt van een recent antivirussysteem en afdoende beveiliging tegen hackingaanvallen.

