

MERCHANTS

Zgodność strony internetowej: co sprawdza analityk ryzyka, zanim przeczyta twój wniosek

Opublikowano 18 września 2026

Dostawca płatności najpierw ogląda stronę internetową firmy. Jakie podstrony, polityki i dane muszą się na niej znaleźć, dlaczego każda z nich ma znaczenie i jakie braki szybko kończą ocenę.

Zanim analityk ryzyka przeczyta formularz wniosku, otwiera stronę internetową. To jedyny dowód, którego merchant nie napisał specjalnie dla niego, i pokazuje on, co firma sprzedaje, komu i jak traktuje klientów. Wiele wniosków jest odrzucanych właśnie na tym etapie, z powodu braków, które da się usunąć w jedno popołudnie.

Dlaczego strona waży tak dużo

Organizacje kartowe obarczają agenta rozliczeniowego odpowiedzialnością za to, co sprzedają jego merchanti i jak to robią. Strona jest miejscem, w którym agent to sprawdza. Tam też zaczyna się większość sporów: klient, który nie może znaleźć polityki zwrotów, nie rozpoznaje obciążenia albo nie może się z nikim skontaktować, idzie do banku.

Poniższa lista nie jest więc biurokracją. Każda pozycja odpowiada na pytanie, na które analityk musi umieć odpowiedzieć.

Co musi się na niej znaleźć

POZYCJA	PYTANIE, NA KTÓRE ODPOWIADA
Bezpieczne połączenie (https)	Czy dane karty i dane osobowe są chronione podczas przesyłania?
Regulamin	Na co dokładnie zgadza się klient?

POZYCJA	PYTANIE, NA KTÓRE ODPOWIADA
Polityka zwrotów i anulowania	Czy klient może odzyskać pieniądze bez chargebacku?
Polityka prywatności	Co dzieje się z danymi klientów i czy jest to zgodne z prawem?
Dane kontaktowe i adres fizyczny	Czy istnieje prawdziwa firma, z którą można się skontaktować?
Czytelne ceny w podanej walucie	Czy klient wie, jaka kwota zostanie pobrana?
Deskryptor rozliczeniowy widoczny przy płatności	Czy klient rozpozna obciążenie na wyciągu?
Polityka dostawy	Kiedy towar lub usługa dotrze i dokąd wysyłasz?

W praktyce oczekuje się jeszcze kilku rzeczy: pełnej nazwy spółki i jej numeru rejestrowego, logotypów organizacji kartowych przy płatności, a przy towarach regulowanych lub z ograniczeniem wiekowym licencji i weryfikacji wieku.

Na co analityk patrzy poza listą

- **Czy strona zgadza się z wnioskiem?** Produkty, obsługiwane kraje i ceny powinny być takie, jak w formularzu. Strona sprzedająca coś, o czym wniosek nie wspominał, to najkrótsza droga do odmowy.
- **Czy działa?** Niedziałające linki, zawodząca płatność, tekst zastępczy i puste strony polityk sugerują firmę, która nie jest gotowa do działania.
- **Czy polityki są prawdziwe?** Szablon z nazwą innej firmy albo polityka zwrotów sprzeczna z regulaminem zostaną zauważone.
- **Czy twierdzenia da się obronić?** Obietnice zdrowotne, gwarantowane zyski i oferty „bez ryzyka” przyciągają zarówno regulatorów, jak i spory.
- **Czy rozliczenia cykliczne są ujawnione?** Jeśli klient zostanie obciążony ponownie, cena i częstotliwość muszą być obok przycisku, a nie drobnym drukiem.
- **Czy coś jest ukryte?** Podstrony dostępne tylko przez bezpośredni link, produkty widoczne dopiero po zalogowaniu albo treści zmieniające się w zależności od kraju wyglądają jak transaction laundering i budzą podejrzenia nawet wtedy, gdy są niewinne.

Braki, które szybko kończą ocenę

1. Brak polityki zwrotów albo polityka uznająca wszystkie sprzedaże za ostateczne bez wyjaśnienia.
2. Brak nazwy firmy, adresu i możliwości kontaktu.
3. Brak cen albo ceny pokazywane dopiero w ostatnim kroku.

4. Strona wciąż w budowie.
5. Produkty lub usługi spoza tego, co akceptuje dostawca.
6. Domena zarejestrowana kilka dni temu, bez żadnej historii działalności.

Żaden z tych braków nie dowodzi, że firma jest nieuczciwa. Każdy oznacza, że analityk nie potrafi odpowiedzieć na pytanie, na które ma obowiązek odpowiedzieć, a wtedy odmowa jest jedyną bezpieczną odpowiedzią.

Zanim złożysz wniosek

- **Przeczytaj własną stronę tak, jak zrobiłby to ktoś obcy.** Znajdź politykę zwrotów ze strony głównej. Sprawdź, komu byś płacił.
- **Zadbaj o konkretne polityki.** Ile dni, jakie warunki, jak zgłosić, ile to trwa.
- **Umieść najważniejsze informacje w stopce każdej strony.** Nazwę firmy, adres, kontakt i linki do każdej polityki.
- **Sprawdź ją na telefonie.** Większość klientów zobaczy ją właśnie tam, a być może także osoba oceniająca.
- **Dbaj o jej zgodność z prawdą po zatwierdzeniu.** Dostawcy sprawdzają strony ponownie w trakcie prowadzenia konta, a zmiana, o której ich nie poinformowano, rodzi te same pytania od nowa.

Strona, która przechodzi tę ocenę, również lepiej sprzedaje i rzadziej jest przedmiotem sporów, z tego samego powodu: klient widzi, co kupuje i kogo zapytać.

Czytaj online: <https://payments-marketplace.com/pl-PL/insights/website-compliance-checklist/>

Payments Marketplace Ltd

Registered in England & Wales No. 17424288
Garden Ctg, Dereham Road, Dereham, Norfolk, NR19 2PW, UK
connect@payments-marketplace.com · +44 1366 727140