

Brak zgody na agresywne targetowanie – deklaracja :)

brak złośliwego targetowania • brak presji psychicznej • zero “dark patterns” i innych cudownych narzędzi zarabiania kosztem zestresowanego konsumenta

WERSJA PODPISANA 2 PAŹDZIERNIKA 2025 (KLIKNIJ I POBIERZ)

1. Dla kogo jest ta deklaracja

Wiemy, że większość naszych odwiedzających to osoby poniżej 20. roku życia, w tym maturzyści. Z tego powodu stosujemy standard ochrony wrażliwych odbiorców stworzony na podstawie niemal 10 lat doświadczeń pracy z młodzieżą.

Komunikacja i edukacja (ta płatna, ale też też marketing mający do tej sprzedaży prowadzić) ma wspierać naukę, a nie wywoływać lęk, poczucie winy czy presję zakupową.

2) Twarde zasady (co obowiązuje zawsze)

1. Zero złośliwego targetowania. Nie profilujemy pod kątem strachu, stresu, „skłonności do zakupu”, wyników próbnych, ani „szans zdania”. Zdajemy sobie sprawę (jak w naszej opinii, każdy człowiek posiadający więcej niż 1000 neuronów) że takie komunikaty marketingowe są niemożliwe do spełnienia.
2. Zero retargetingu reklamowego. Nie tworzymy grup podobnych (look-alike), nie używamy identyfikatorów reklamowych, nie śledzimy między serwisami w celach reklamowych. Kupujesz i
3. Zero dark patterns. Brak sztucznych liczników „to już ostatnia szansa”, „zostało 5 miejsc” bez pokrycia, brak ukrytego rejestrowania, brak pre-zaznaczonych zgód. „Odrzuć wszystkie” jest tak samo łatwe jak „Akceptuj wszystkie”. Z pełną świadomością, że wykorzystanie tego typu komunikatów pozwala wywierać presję na kupującego odrzucamy te praktyki jako na raz dozwolone i skrajnie niesprawiedliwe w stosunku do konsumenta.
4. Brak komunikatów wywołujących lęk. Nie używamy przekazów typu: „bez naszego kursu nie zdasz”, „nie masz szans”, „każdy już kupił”.
5. Minimalizacja danych. Przetwarzamy tylko to, co konieczne do zakupu i dostępu do zajęć:
 - status koszyka,
 - status realizacji zamówienia,
 - dane potrzebne do płatności i wystawienia dokumentów,

- dane konta i odzyskiwania dostępu.

Nie łączymy tego z danymi z reklam ani zewnętrznymi bazami profilującymi. Dane przekazujemy do bramki płatności, bo inaczej się nie da.

3) Czego nie robimy (lista kontrolna)

- nie wysyłamy wiadomości z „groźbą straty” („zostało 15 minut, inaczej...”);
- nie stosujemy „confirmshaming” („Nie, wolę gorzej zdać maturę”);
- nie prowadzimy reklam opartych na wynikach próbnych ani danych wrażliwych;
- nie przypominamy agresywnie o porzuconym koszyku, właściwie to w ogóle o nim nie przypominamy;
- nie używamy pushy/powiadomień w godzinach nocnych ani przedegzaminowych „na nerwach”;
- nie prowadzimy jakichkolwiek kampanii płatnych, kierowanych na potencjalnego ucznia/maturzystę.

4) Co robimy zamiast tego (z pełną świadomością możliwości utraty przychodów)

- Wprowadzamy „Strefę Spokoju”: zasadę braku jakichkolwiek komunikatów, zmian w ofercie czy kampanii promocyjnych w okresie co najmniej 30 dni przed egzaminem maturalnym. Wyjątek stanowi jedynie komunikacja po-sprzedażowa mająca dostarczyć uczniom dostęp do zakupionego przez nich wsparcia.
- Pełna kontrola nad kontaktem: w panelu masz suwak częstotliwości wiadomości i w każdej chwili możesz wypisać się jednym kliknięciem.
- Ściągamy do siebie uczniów, w tym maturzystów po przekazaniu im owoców tysięcy godzin pracy. Za darmo i jak najszerzej.
- Polegamy na wzajemnych rekomendacjach użytkowników, o które prosimy, jednocześnie celowo nie dając w zamian „prezentów” czy „zniżek”.

5) Dane w komunikatorze i podczas zajęć powtórkowych

- Imię/nick, głos, obraz z kamery i czat służą wyłącznie uczestnictwu w zajęciach.
- Nie analizujemy zachowania na lekcji w celach marketingowych.
- Nagrania udostępniamy tylko jeśli to wyraźnie zapowiemy; nie wykorzystujemy wizerunku do reklamy bez zgody)

6) Zakres odpowiedzialności społecznej

- Traktujemy maturzystów i uczniów jako odbiorców wymagających szczególnej ostrożności.

- Nasi prowadzący i zespół marketingu przechodzą wewnętrzne szkolenie z etyki komunikacji (język nieoceniający, unikanie presji, konstruktywne wsparcie). Prowadzący spotkanie powtórkowe posiada zaświadczenie o kompetencjach w tym obszarze wydane w związku z udziałem w programie Katedry Pedagogiki Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie.

7) Zmiany i wersjonowanie

Ta deklaracja stanowi uzupełnienie Regulaminu i Polityki prywatności oraz esencję misji realizowanej przez ten Serwis. Jeśli kiedykolwiek będziemy chcieli ją zmienić, zrobimy to jawnie, z podaniem daty i krótkiego uzasadnienia i zachowaniem poprzedniej wersji.

Deklarację podpisuje