

Direct Marketing – prioritatea zero în GDP

Regulamentul GDPR stabilește un lanț de responsabilitate pentru utilizarea datelor personale și o nouă abordare a consimțământului care va perturba în primul rând marketingul direct, fie prin email, fie prin telefon sau SMS.

Până acum utilizatorul mediu nu era conștient de modul în care organizațiile se ocupă de informațiile lor personale. Acest lucru a început să se modifice ca urmare scandalului Cambridge Analytica, dar și a două măsuri cuprinse în GDPR:

- În primul rând, regulamentul cere să se ofere utilizatorilor un nivel exhaustiv de detalieri a modului în care informațiile sunt utilizate de fiecare parte și prevede că această comunicare despre utilizarea datelor, riscuri și drepturi personale să fie concisă, clară, în limbaj simplu, eventual iconografic.
- În al doilea rând, regulamentul consacră dreptul de acces a persoanei vizate la toate informațiile personale deținute de orice companie despre sine.

O companie care utilizează informații personale dincolo de un contract sau o cerere a persoanei respective, va trebui să îi obțină consimțământul pentru a face acest lucru. În cazul specific al marketingului direct va trebui să informeze utilizatorul despre ce face cu datele sale și despre faptul că poate obiecta în orice moment, lasându-i posibilitatea să aleagă dacă datele sale vor fi utilizate pentru marketing direct, studii de piață, îmbunătățirea calității, etc.. Utilizatorii trebuie informați "în mod clar și separat de orice alte informații". Concret, informațiile generale pot fi incluse în Politica de Confidențialitate, diferită de Termeni și Condiții, iar opțiunile trebuie culese printr-un consimțământ ce se păstrează. Dacă nu îndeplinesc toate aceste condiții, intrările în bazele de date devin inutile. Mai mult, orice obiecție a persoanei față de marketingul direct are efect imediat!

Până acum majoritatea utilizatorilor au avut tendința de a favoriza confortul față de confidențialitate. Acest lucru se poate schimba. GDPR va confrunța utilizatorii cu măsura în care se urmărește comportamentul acestora pe web, modul în care sunt utilizate aceste date și cât de des sunt furate.

Rezultatul va fi un val de paranoia despre informațiile personale. Se poate anticipa că după 25 mai utilizatorii vor reacționa în mod deosebit de negativ la firmele care dețin datele lor, dar nu au nicio relație directă cu aceștia.

În consecință actualizarea bazelor de date este prioritatea zero în GDPR, mai ales în ceea ce privește marketingul direct.

Pentru a păstra un set de date personale trebuie să existe un contract sau aspect legal, sau să aveți și să puteți demonstra consimțământul pentru acel tip de comunicare sau orice prelucrare asupra lor, inclusiv menținerea în baza de date.

Chiar și atunci când o persoană și-a dat consimțământul de a primi campanii de marketing prin email de la compania dvs., el ar trebui să aibă întotdeauna posibilitatea de a se opune sau de a renunța la viitoarele comunicări de marketing.

Noile funcționalități vor permite noilor veniți și clienților să decidă pentru sine ce fel de informații doresc să primească - actualizări, de postări pe blog, documente sau materiale de informare asupra serviciilor și produselor; precum și despre tipul de conținut pe care nu doresc să-l primească; eventual să aleagă frecvența comunicărilor, sau cel puțin să o cunoască.

Recomandăm implementarea unei pagini web de culegere explicită și granulară a opțiunilor abonaților pentru că aceasta vă va permite și să trimiteți emailuri foarte bine direcționate către abonați pe baza intereselor acestora. Pentru marketingul direct acest lucru poate fi Holy Grail, deoarece campaniile de email segmentate îmbunătățesc în mod semnificativ rezultatele de marketing.

Pentru a aplica prevederile noului regulament la operațiunile de direct marketing oferim servicii specifice pe în cadrul serviciilor noastre de GDPR:

1. *Reproiectare site/magazin online pentru aliniere la reglementările GDPR*
 2. *WebDesign site, magazin online parțial sau complet pentru aliniere la reglementările GDPR*
 3. *Soluție securizată de arhivare documente de consimțământ și interes legitim*
-