PuntoSicuro

ARTICOLO DI PUNTOSICURO

Anno 24 - numero 5081 di Lunedì 17 gennaio 2022

Una guida preziosa per sviluppare corrette procedure di marketing diretto

Il regolamento generale europeo stabilisce delle linee guida assai vincolanti, in materia di trattamento di dati personali per fini di marketing diretto. Ecco una guida preziosa per tutti i soggetti interessati al trattamento corretto di questi dati.

Anche se ormai Regno Unito non fa più parte dell'Europa, lo ICO, che si occupa di protezione dei dati personali, continua a lavorare in stretto contatto con i partner europei, mettendo a disposizione strumenti efficienti ed efficaci, utilizzabili indifferentemente nel Regno Unito ed in Europa. Tra questi documenti, recentemente pubblicati, si mette in particolare evidenza una linea guida su come sia possibile effettuare attività di marketing diretto, nel pieno rispetto del regolamento generale europeo sulla protezione dei dati personali.

Queste indicazioni sono preziose per compilare anche il documento, di cui all'articolo 25 del regolamento generale europeo, dal titolo: "protezione dei dati fin dalla progettazione e protezione per impostazione predefinita".

Siamo lieti di mettere a disposizione una copia, tradotta in italiano, per i nostri affezionati lettori.

Pubblicità
<#? QUI-PUBBLICITA-SCORM1-[EL0143] ?#>

COME OTTENERE IL CONSENSO PER L'ATTIVITÀ DI MARKETING

- vengono utilizzati box di Opt in
- illustriamo metodi specifici di comunicazione, ad esempio mediante posta elettronica, SMS, messaggi registrati e simili
- richiediamo il consenso dell'interessato per comunicare dati personali a soggetti terzi, a fini di marketing, illustrando anche i nomi di questi soggetti terzi
- teniamo un registro aggiornato di quando e come abbiamo ottenuto il consenso dell'interessato, illustrando specificamente il tipo di consenso ottenuto.

COMPORTAMENTI IN CASO DI ACQUISTO DI DATI

Comportamenti generali

- controlliamo che il venditore dei dati sia iscritto ad un ente professionale o sia in qualche modo accreditato
- non comperiamo liste di dati personali per inviare promozioni di marketing, se tali liste non sono accompagnate dalla prova del consenso ottenuto dall'interessato, entro gli ultimi sei mesi e con una specifica indicazione del nostro ente
- ci accertiamo che i prodotti, i servizi o i messaggi, relativi al marketing diretto, siano simili a quelli per i quali gli interessati hanno già in precedenza dato il consenso a ricevere informazioni di marketing
- Le informazioni presenti sulle liste vengono utilizzate esclusivamente per finalità di marketing
- cancelliamo qualsiasi dato personale non strettamente necessario per le finalità di marketing
- effettuiamo sempre un confronto fra i nomi delle liste che abbiamo comperato, a fronte della nostra lista di interessati, che hanno dichiarato di non desiderare contatti
- effettuiamo sempre dei test su una piccola porzione dei dati acquistati, per verificare l'affidabilità dei dati presenti
- mettere a punto una procedura per gestire dati non accurati e lagnanze
- quando il marketing avviene per posta, posta elettronica o fax, inseriamo sempre gli estremi della nostra azienda ed un numero telefonico di contatto
- diciamo sempre agli interessati come abbiamo ottenuto le informazioni che li riguardano ed offriamo agli interessati un'informazione sulla privacy
- nel contratto di acquisto dei dati da un soggetto terzo inseriamo sempre una clausola riguardante l'affidabilità dell'elenco e la possibilità di effettuare degli audit

Verifiche specifiche sui dati acquistati

- ci accertiamo che l'interessato abbia dato uno specifico consenso a ricevere messaggi di marketing
- ci accertiamo che l'informativa messa a disposizione dell'interessato sia facilmente comprensibile ed offra un efficiente ed efficace strumento di scelta, che permetta all'interessato di esprimere con chiarezza la propria autorizzazione all'uso per finalità di marketing
- chiediamo all'interessato di assumere un comportamento positivo per indicare il suo consenso, come ad esempio contrassegno su un box, pressione di un pulsante o sottoscrizione ad un servizio
- ci accertiamo che consenso dell'interessato risalga a tempi relativamente vicini, ad esempio un massimo di sei mesi
- in caso di chiamate automatizzate o invio automatico di SMS o messaggi di posta elettronica, ci accertiamo che l'interessato abbia espresso uno specifico consenso a questo tipo di comunicazione.

Marketing per posta tradizionale

- Abbiamo verificato l'elenco degli interessati, che hanno dichiarato di non voler ricevere messaggi postali
- Gli interessati presenti sull'elenco hanno dichiarato una generica disponibilità a ricevere messaggi postali
- Se gli interessati non hanno dato uno specifico consenso, l'attività di marketing deve esser analoga a quella già in atto per beni e servizi similari

Chiamate telefoniche dirette

- mettiamo a confronto l'elenco degli interessati con l'elenco di chi ha dichiarato la indisponibilità a ricevere chiamate telefoniche
- teniamo costantemente aggiornato il nostro elenco di interessati, che hanno dichiarato la loro indisponibilità
- effettuiamo un costante controllo con il nostro elenco dei rifiuti
- ci accertiamo di aver ottenuto il consenso per chiamate di marketing afferenti a possibili lagnanze
- ci accertiamo di esser stati autorizzati ad effettuare chiamate afferenti a schemi pensionistici ed abbiamo ricevuto un consenso specifico
- mostriamo sempre il nostro numero chiamante all'interessato chiamato

Chiamate telefoniche automatiche

- registriamo le chiamate solo dopo aver ottenuto il consenso
- mostriamo sempre il nostro numero all'interessato chiamato

Marketing per posta elettronica o messaggi testuali

- inviamo messaggi SMS o messaggi di posta elettronica solo ad interessati, che hanno dato in precedenza il loro consenso
- offriamo sempre la facoltà di opt-out (mediante messaggio di risposta o link di cancellazioni)
- teniamo sempre aggiornato l'elenco degli opt-out

Messaggi fax

- Gli interessati nell'elenco hanno espresso uno specifico consenso
- Abbiamo fatto un confronto tra gli interessati e la loro possibile iscrizione nell'elenco dei dinieghi al contatto (*Fax preference service*)

Nota bene: le tipologie di elenchi opt-out sono assai più analitiche, nel Regno Unito, rispetto a quelle disponibili in Italia.

Adalberto Biasiotti

Licenza Creative Commons

---

www.puntosicuro.it