

Newsletter Zgodny z RODO - tak to działa!

Newsletter jest to jedno z głównych narzędzi promocji produktów i usług organizacji, które wciąż odgrywają jedną z istotniejszych ról w środkach komunikacji elektronicznej. Jest to również doskonała forma e-marketingu służąca do utrzymywania relacji z klientami. W dobie RODO pojawiają się liczne pytania jak prowadzić newsletter zgodnie z Rozporządzeniem.

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) dalej RODO m.in. ma wpływ na procedury dotyczące strategii marketingowych.

Co to są dane osobowe?

RODO ma na celu ochronę danych osobowych, ale trzeba wiedzieć czym one są. Zgodnie z art. 4 RODO dane osobowe to wszelkie informacje dotyczące możliwej do zidentyfikowania osoby fizycznej. W związku z powyższym ważne jest, czy na podstawie pozyskanych danych da się zidentyfikować osobę fizyczną czy nie.

Przy klasycznej rejestracji na newsletter wymagane są często dane, takie jak imię i nazwisko oraz oczywiście adres e-mail, które to pozwalają na identyfikację takiej osoby. Ważne jest, aby pamiętać, że imienny adres e-mail klasyfikujemy jako dane osobowe, a zatem Newsletter wiąże się z przetwarzaniem danych osobowych.

Jak radzić sobie z istniejącymi listami adresowymi?

Od momentu wejścia w życie RODO Administrator powinien wykazać, iż dysponuje zgodami od osób fizycznych do których będzie kierowany Newsletter. Jednakże warto podkreślić, iż również przed RODO taki obowiązek istniał w związku z Ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Jeżeli Administrator nie jest w stanie wykazać, że pozyskał zgody od odbiorców Newsletter-a powinien zaprzestać wysyłania wiadomości mailowych do momentu uzyskania zgody od osoby, której dane dotyczą. (zgodnie z treścią Art. 7 RODO).

Należy zwrócić uwagę, że w sytuacji naruszenia przepisów RODO na Administratora może zostać nałożona administracyjna kara pieniężna. Wysokość kary jest zależna od powstałego zdarzenia i może wynosić nawet 4% światowego rocznego obrotu liczonego za poprzedni rok budżetowy. Urzędy Nadzorcze w krajach Unii Europejskiej coraz częściej nakładają wysokie grzywny związane właśnie z przetwarzaniem danych osobowych do mailingów. W Polsce nałożono karę na ClickQuickNow w wysokości 47 000 Euro (2019r.) za utrudnianie wycofania zgody przez użytkowników, natomiast w Niemczech kara za podobne naruszenie wyniosła już 1 224 000 Euro (kara nałożona w 2020r. na podmiot świadczący usługi w sektorze ubezpieczeń i finansów). Należy spodziewać się, że w najbliższej przyszłości kary te będą znacznie bardziej dotkliwe dla podmiotów, które w sposób jawny przetwarzają dane osobowe bez właściwej podstawy legalności lub ograniczają prawa osób, których dane przetwarzają.

Jak skonfigurować listy mailingowe zgodne z RODO?

Podczas zbierania adresów na listach mailingowych ich przeznaczenie musi zostać dokładnie określone, a cele przetwarzania danych osobowych muszą zostać odseparowane. Użytkownicy muszą posiadać informację na jaki cel przetwarzania wyrażają zgodę. Informacje te muszą być przekazywane w sposób jasny i zrozumiały, ponieważ niejasna komunikacja z użytkownikiem będzie działała na niekorzyść Administratora, a uzyskane w ten sposób zgody nie będą uważane za skuteczne.

Za zgodą odbiorcy, nawet po wprowadzeniu RODO, ta forma promocji usług może być nadal realizowana bez żadnych problemów, niezależnie od tego, czy kierowana jest do konsumentów (B2C), firm (B2B) czy potencjalnych oraz obecnych klientów. Pozyskując zgodę od osoby, której dane dotyczą np. na Newsletter, należy zawsze poinformować o możliwości jej wycofania w każdym momencie.

Wiemy już, że odbiorca musi wyrazić zgodę na Newsletter, ale **pamiętajmy** również, że ta zgoda nie może być częścią sformułowanych warunków umownych, a w sytuacji zbierania jej przez stronę www wymagany znak potwierdzający (np. checkbox) nie może automatycznie ustawiać się na zgodę. Z tego powodu zgoda na Newsletter powinna być zawsze udzielana osobno.

Analiza (ocena) danych do celów marketingowych zgodna z prawem

Zdarzają się sytuacje, że firmy chcą pozyskiwać zgody marketingowe już w momencie zbierania danych osobowych, a nie jako niezależną zgodę na newsletter. Taka możliwość istnieje np. poprzez formularz rejestracyjny do danej usługi. Należy pamiętać aby w tym miejscu poprosić tylko o te dane, które niezbędne będą do realizacji celu w jakim zostały pozyskane. Ponadto ta pozycja powinna zostać

odseparowana od innych celów przetwarzania danych osobowych dla których prosimy o wyrażenie zgody.

Czy mogę uniknąć rezygnacji użytkowników z subskrypcji newslettera?

Na gruncie przepisów prawa nie, ale w ramach procesów marketingowych można zastosować narzędzia, które uatrakcyjnią treści kierowane drogą elektroniczną. Aby starać się unikać rezygnacji z otrzymywania wiadomości marketingowych, firmy mają oczywiście wiele opcji. Przykładowo można skonfigurować newslettery tematyczne lub kampanie e-mailowe, przy czym należy zawsze zadbać o uzyskanie oddzielnej zgody na każdy z nich.

W sytuacji gdy osoba faktycznie zrezygnuje z subskrypcji, ważne jest, aby ta osoba nie poniosła żadnych dodatkowych kosztów lub innych negatywnych skutków, ponieważ obowiązujące prawo (RODO) gwarantuje, że wycofanie zgody spowoduje zaprzestanie przetwarzania danych osobowych, bez negatywnych skutków dla osoby, której dane dotyczą.

Pamiętaj, że cofnięcie zgody nie wpływa na zgodność przetwarzania danych osobowych, którego dokonywałaś na jej podstawie przed jej cofnięciem.

Czy biuletyny i marketing e-mailowy są nadal opłacalne?

Otrzymujemy średnio 100 e-maili dziennie - większość trafia do folderu ze spamem. I choć e-marketing nie jest jedną z najnowszych metod, jest jednym z najbardziej dochodowych narzędzi komunikacji online, jest narzędziem lojalności klienta, który umożliwia nawiązanie i utrzymanie bezpośredniego kontaktu z klientami lub potencjalnymi klientami. Na przykład można grupować według wieku, płci, regionu lub preferencji zakupowych a następnie utworzyć odpowiednią listę dystrybucyjną dla grupy docelowej. Dzięki tej skróconej informacji Znasz teraz najważniejsze zmiany na gruncie wykorzystywania Newsletter-a od wejścia w życie RODO.