



Zapraszamy na warsztaty:

Zgody w marketingu po 25 grudnia 2014 r.

Uprzejmie informujemy, iż w **dniu 25 grudnia 2014 r.** wszedł w życie nowy art. 172 Prawa Telekomunikacyjnego zmieniający przepisy w sprawie kontaktu telefonicznego z klientem (wykorzystywanie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych dla celów marketingu bezpośredniego). Nowelizacja PT będzie mieć wpływ na prowadzenie działań marketingowych (wykorzystywanie telekomunikacyjnych urządzeń końcowych dla celów marketingu bezpośredniego), w tym poprzez Call Center. Ponadto w dniu 25 grudnia 2014 r. weszła w życie ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. z 2014 roku, poz 827), która uchyliła dotychczasowe przepisy ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny.

Niniejsze warsztaty szkoleniowe poświęcone są zagadnieniom zgodnego z prawem prowadzenia działań marketingowych, oraz konstrukcji zgód koniecznych podczas ich prowadzenia. Nowością w tym obszarze jest wymóg pozyskiwania zgody osoby na kontakt kanałem telefonicznym. Podczas warsztatów osoby uczestniczące będą konstruować klauzule zgody stosownie do orzecznictwa SOKiKu i NSA.

W związku z tym proponujemy Państwu warsztaty, które pomogą Państwu zaimplementować nowe przepisy w Państwa firmie.

Podczas warsztatów dowiedzą się Państwo:

- Jak prawidłowo zebrać zgody marketingowe od klientów
- Jak poruszać się pomiędzy różnymi przepisami regulującymi kwestie zgód (Prawo Telekomunikacyjne, Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną, Ustawa o ochronie danych osobowych)
- Które z kontaktów marketingowych możemy zachować po zmianie przepisów
- Jakich zgód potrzebujemy przy wykorzystywaniu poszczególnych kanałów komunikacji (np. telefon, poczta e-mail, voicemail)
- Jakich zgód potrzebujemy przy przekazywaniu poszczególnych rodzajów informacji (oferta, informacja o usługach lub produktach własnych i partnerów)
- Jak zebrać zgody od osób na potrzeby realizowanych celów marketingowych, aby nie ponieść nadmiernych kosztów
- Co oznacza „uprzednia zgoda”
- W jaki sposób zmienić skrypty w Call Center, aby być zgodnym z nowymi przepisami (do tej pory telefony do klienta nie wymagały jego zgody)
- Jak komunikować się z osobami, które sądzą, że złamaliśmy prawo, tak, aby nie doszło do skargi w GODO, UOKiK, UKE
- Co możemy zrobić jeśli do takiej skargi dojdzie
- Jakie są sankcje za wysyłanie marketingu bez zgody klienta



W trakcie warsztatów będziemy odpowiadać na Państwa pytania.

Na warsztaty zapraszamy szczególnie:

- Osoby odpowiedzialne za realizację kampanii marketingowej
- Osoby przygotowujące bazy danych klientów do kampanii
- Kierowników sprzedaży
- Pracowników działów prawnych wspierających dział marketingu
- Pracowników działu marketingu
- Administratorów Bezpieczeństwa Informacji

Prowadzący ma wieloletnią praktykę we wspieraniu działań marketingowych (konstruowanie zgód, dobór bazy, udzielanie odpowiedzi klientom w zakresie podstaw prawnych działań marketingowych – pytania typu „dlaczego dostałem SPAM?”; „skąd mają Państwo moje dane”):

- Barbara Pióro, Ekspert ds. Przetwarzania danych osobowych,

Zajęcia będą się odbywały w grupach nieprzekraczających **20 osób**.

Czas: 7 godzin

Cena szkolenia obejmuje udział w zajęciach, serwis kawowy i materiały szkoleniowe.

Zapytania dotyczące zgłoszeń grupowych lub organizacji warsztatów zamkniętych prosimy kierować na adres email gis@globinfosec.pl

Agenda

Czas	Tematyka
9.30-10.00	Rejestracja uczestników szkolenia, kawa
10.00-12.00	<ol style="list-style-type: none">1. Przepisy prawa regulujące prowadzenie działań marketingowych2. Opinie grupy roboczej art. 293. Rodzaje zgód, w tym zgody na marketing podmiotów trzecich4. Jak skonstruować prawidłowo treść zgody w świetle orzecznictwa
12.00-12.15	Przerwa
12.15-14.15	<ol style="list-style-type: none">1. Kanały komunikacji marketingowej, a kształt potrzebnej zgody – grafy ułatwiające pracę2. Przykładowe działania marketingowe, a kanały komunikacji i wymagane zgody – grafy ułatwiające pracę.
14.15-14.30	Przerwa
14.30-16.00	<ol style="list-style-type: none">1. Procedura odwołania zgody na marketing2. Konkursy i loterie – tworzenie zapisów dotyczących danych osobowych3. Sankcje i kary za kierowanie działań marketingowych bez zgody klienta
16.00	Zakończenie warsztatów, rozdanie certyfikatów



Każdy uczestnik otrzyma materiały szkoleniowe, które obejmują:

1. Schematy obrazujące kiedy i jakie zgody są potrzebne przy prowadzeniu działań marketingowych
2. Wyciąg z przepisów prawa dotyczących prowadzenia działań marketingowych
3. Opinia 15/2011 z dnia 13 lipca 2011 r. (WP187) w sprawie definicji zgody
4. Opinia 4/2010 z dnia 13 lipca 2010 r. (WP 174) na temat europejskiego kodeksu postępowania Europejskiej Federacji Stowarzyszeń Marketingu Bezpośredniego (FEDMA) w sprawie ochrony danych osobowych wykorzystywanych w marketingu bezpośrednim
5. Opinia 04/2012 z dnia 7 czerwca 2012 r. (WP 194) w sprawie wyłączenia zapisywania plików cookie spod zasady pozyskiwania zgody
6. Opinia 2/2013 z dnia 2 października 2013 r. (WP 208) przedstawiający wytyczne w sprawie pozyskiwania zgody na zapisywanie plików cookie
7. Opinia 2/2010 z dnia 22 czerwca 2010 r. (WP 171) w sprawie internetowej reklamy behawioralnej
8. Opinia 16/2011 z dnia 8 grudnia 2011 r. (WP 188) w sprawie zaleceń EASA/IAB dotyczących najlepszych praktyk w internetowej reklamie behawioralnej
9. Dyrektywa 2006/114/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotycząca reklamy wprowadzającej w błąd i reklamy porównawczej
10. Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. z 2014 r. poz. 121 ze zm.)
11. Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny (Dz. U. z 1997 r. Nr 88, poz. 553 ze zm.)
12. Ustawa z dnia 20 maja 1971 r. Kodeks wykroczeń (Dz. U. z 2013 r. poz. 482 ze zm.)
13. Ustawa z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. z 2013 r. poz. 1422)
14. Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2015 r. poz. 184)
15. Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2014 r. poz. 1182 ze zm.)
16. Ustawa z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2014 r. poz. 243 ze zm.)
17. Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 ze zm.)
18. Informację dotyczącą Systemu HPMS (Holistic Privacy Management System), narzędzie dla Administratora Danych i ABI (Administratora Bezpieczeństwa Informacji)