

# Checklist pentru direct marketing

## 1. Obțineți consimțământul pentru marketing

- folosim căsute de tip opt-in, pentru exprimarea valabilă a consimțământului (dar nu le prebifăm)
- specificăm cum comunicăm cu persoana vizată (de exemplu prin e-mail, text, telefon, apel înregistrat, SMS)
- solicităm consimțământul pentru a transmite mai departe către terți aceste detalii și spunem cine sunt terții
- înregistrăm când și cum am colectat consimțământul și pentru ce anume a fost dat consimțământul

## 2. Liste cumpărate

### 2.1. În general

- verificăm faptul că vânzătorul este membru al unui organism profesional (sau este acreditat în vreun fel)
- nu folosim listele cumpărate pentru texte, e-mailuri sau apeluri înregistrate (dacă nu avem dovada consimțământului pe bază de opt-in în ultimele șase luni unde am fost identificați în mod specific)
- produsele sau serviciile pe care le comercializăm sunt aceleași sau similare cu cele pentru care persoanele din listă și-au dat acordul să primească informații
- folosim informațiile din listă doar în scopuri de marketing
- ștergem orice fel de date irelevante, excesive sau care nu au legătură cu ceea ce comercializăm
- verificăm persoanele din lista cumpărată cu lista pe care o avem noi (*blacklistul nostru*) cu privire la persoanele care nu vor să primească informări de la noi (ie. dacă o persoană s-a dezabonat de la noi, dar ea se găsește și pe lista cumpărată, trebuie să o eliminăm din listă)
- trimitem mai întâi "mostre" de marketing pentru a vedea dacă baza e într-adevăr viabilă

- avem proceduri puse la punct pentru a adresa inexactitățile și a răspunde cererilor persoanelor vizate
- când trimitem mesajele prin poștă, prin e-mail sau fax, includem numele companiei, adresa și numărul de telefon
- spunem oamenilor de unde am obținut datele lor de contact
- furnizăm persoanelor o politică privind prelucrarea datelor cu caracter personal
- încheiem un contract cu vânzătorul prin care îl punem să-și asume răspunderea cu privire la informațiile furnizate și să ne lase să facem un audit

## 2.2. Vânzătorul poate verifica că persoanele de pe listă:

- și-au dat consimțământul expres pentru a primi informații de tip marketing de la noi
- au primit informații clare, inteligibile și accesibile despre cum vor fi utilizate datele lor personale (ie. informațiile au fost ușor de găsit și de înțeles)
- le-au fost oferite o alegere clară și viabilă dacă să li se folosească sau nu detaliile în scopuri de marketing
- și-au dat consimțământul printr-o acțiune explicită (ie. bifarea unei căsuțe, au apăsat pe un buton sau s-au abonat la un serviciu)
- și-au dat consimțământul recent (de preferabil în ultimele 6 luni)
- în cazul SMS-urilor, e-mailurilor sau telefoanelor automate, și-au dat expres consimțământul pentru a primi materiale de marketing prin acele mijloace

## 2.3. Marketing prin email

- verificăm ca persoanele să nu fi fost înscrise la noi în listele de tip blacklist, unde au ales să nu primească email marketing
- persoanele de pe listă au primit cel puțin o informare generală că vor primi materiale de marketing din partea noastră

- În cazurile în care persoanelor nu le-a fost luat consimțământul explicit, marketingul desfășurat este consistent în legătură cu contextul în care informația a fost furnizată și privește produse sau servicii similare

## 2.4. Apeluri telefonice

- verificăm ca persoanele să nu fi fost înscrise la noi în listele de tip blacklist, unde au ales să nu primească telefoane de marketing
- actualizăm constant lista privind persoanele care sunt că nu vor să primească telefoane din partea noastră
- afișăm numărul nostru atunci când sunăm persoanele

## 2.5. Apeluri automate

- înregistrăm apeluri telefonice doar atunci când avem consimțământ
- afișăm numărul nostru atunci când sunăm persoanele

## 2.6. Marketing prin email sau SMS

- dăm SMS sau email doar acelor persoane care au optat pentru ele (cu excepția cazului în care am contactat anterior clienții despre produsele noastre similare și le-am oferit posibilitatea de a se retrage atunci când și-au furnizat detaliile)
- oferim posibilitatea de retragere prin reply sau link de dezabonare
- ținem o listă a tuturor persoanelor care s-au dezabonat
- verificăm constant ca persoanele să nu fie pe lista celor care se dezabonează

## Direct marketing în ansamblu

Metoda de comunicare	Persoane fizice (B2C)	Companii (B2B)
<b>Apeluri telefonice</b>	<input type="checkbox"/> persoanele se pot retrage	<input type="checkbox"/> persoanele se pot retrage
<b>Apeluri telefonice înregistrate</b>	<input type="checkbox"/> trebuie să avem consimțământul expres pentru această operațiune	<input type="checkbox"/> trebuie să avem consimțământul expres pentru această operațiune
<b>Email sau SMS</b>	<input type="checkbox"/> trebuie să avem consimțământ expres pentru a li se trimite marketing prin sms/email  <input type="checkbox"/> sau să avem o varinată de soft-in (client anterior sau care deține un produs similar, a avut oportunitatea de a se retrage)	<input type="checkbox"/> putem da e-mail/sms către companii  <input type="checkbox"/> bune practici: să oferim posibilitatea de retragere  <input type="checkbox"/> angajații individuali se pot retrage
<b>Poștă</b>	<input type="checkbox"/> numele și adresa sunt obținute legale  <input type="checkbox"/> se pot retrage	<input type="checkbox"/> putem da scrisori către companii  <input type="checkbox"/> angajații individuali se pot retrage