

RODO W MARKETINGU I E-COMMERCE

Informacje o szkoleniu

Termin szkolenia	21.05.2020
Miejsce	Warszawa, aleja Jerzego Waszyngtona 40 A
Koszt szkolenia	690 PLN
Prowadzący	

Opis szkolenia

Termin i miejsce szkolenia:

21 maja 2020 godz. 9:30 – 16:00

Warszawa, aleja Jerzego Waszyngtona 40 A

W ramach szkolenia każdy uczestnik otrzymuje:

- certyfikat poświadczający udział w szkoleniu,
- pakiet materiałów szkoleniowych,
- RODO w wydaniu kieszonkowym,
- wsparcie merytoryczne podczas szkolenia oraz możliwość zadawania pytań do 5 dni po szkoleniu*,
- pyszny obiad, kawę, herbatę.

*Możliwość zadawania pytań tylko bezpośrednio związanych z tematyką poruszaną podczas szkolenia.

Cena: 690zł + 23% VAT

Na szkoleniu uczestnicy:

- Dowiedzą się, jak prowadzić działalność marketingową zgodnie z RODO i przepisami szczególnymi;
- Usłyszą, jak sprawnie wdrożyć właściwe rozwiązania w organizacji;
- Dowiedzą się, jak zgodnie z prawem, a jednocześnie skutecznie, zbudować bazę marketingową klienta lub swojej firmy;

- Dowiedzą się jaka jest różnica pomiędzy RODO a ePrivacy;
- Pozną zasady ochrony danych osobowych w marketingu z wykorzystaniem różnorodnych narzędzi i kanałów komunikacji, w tym e-mail, newsletter, social media, telefon;
- Pozną prawne ramy prowadzenia działalności e-commerce z uwzględnieniem praw konsumentów;
- Dowiedzą się w jakich obszarach działań prowadzonych w Internecie należy identyfikować główne ryzyka prawne?
- Samodzielnie rozwiążą rzeczywiste problemy i case'y, jakie napotkaliśmy w swojej pracy.
- Uzyskają wiedzę na temat tego jakie informacje i w jaki sposób należy przekazywać zgodnie z regulacjami prawa konsumenckiego, e-commerce i ochrony danych osobowych?
- Dowiedzą się jakie inne obowiązki względem adresatów komunikacji marketingowej spełnić w ramach handlu elektronicznego?
- Dowiedzą się jaką treść powinien mieć regulamin sklepu internetowego? Co zamieścić w polityce prywatności?
- Pozną zasady prawidłowej konstrukcji zgód marketingowych (e-mail marketing, telemarketing)?
- Uzyskają wiedzę jakie są zasady prawidłowego wykorzystywania i informowania o stosowaniu plików cookies. Kiedy potrzebna jest zgoda i jak ją uzyskać?

Dla kogo jest szkolenie:

- Osób odpowiedzialnych za strategię marketingu bezpośredniego i jej wdrożenie, zarówno B2B jak i B2C;
- Osób odpowiedzialnych i biorących udział w budowie i obrocie (nabywaniu i sprzedaży) bazami danych;
- Osób odpowiedzialnych za prowadzenie działań e-commerce, w tym operatorów sklepów i serwisów internetowych;
- Osób odpowiedzialnych za ochronę danych w szeroko pojętej działalności marketingowej (Inspektorzy Ochrony Danych, działy prawne, działy marketingu);
- Osób odpowiedzialnych za bezpośredni kontakt z klientami (przedstawiciele handlowi, pracownicy call center, osoby odpowiedzialne za media społecznościowe);
- Osób odpowiedzialnych za infrastrukturę informatyczną związaną z zapewnieniem rozliczalności działań (odpowiednie rejestrowanie zgód, migracje danych między różnymi bazami).

PLAN SZKOLENIA

I Blok

Wprowadzenie oraz podstawowe pojęcia i definicje

- Krótkie omówienie istotnych krajowych aktów prawnych (m.in. ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną, Prawo Telekomunikacyjne; ustawa o prawach konsumenta),
- Regulacje na poziomie europejskim (**RODO i ePrivacy**) i ich implementacja w polskim porządku prawnym,
- Czym grozi naruszenie przepisów (+rola **organów nadzorczych**),

- Podstawowe pojęcia na styku ochrony danych osobowych marketingu oraz praw konsumentów,
- Przedstawienie specyfiki różnych obszarów prawnych regulujących działalność w Internecie.

II Blok

Przetwarzanie danych w działalności marketingowej

- Relacja „klient – agencja marketingowa/dom mediowy”,
- Kiedy można przetwarzać dane w celach marketingowych (zgoda i związane z nią konsekwencje, prawnie uzasadniony cel, obowiązek informacyjny) – jakie wymagania nakładają RODO i regulacje szczególne,
- Budowanie baz marketingowych:
 - Budowa legalnej bazy marketingowej,
 - Warsztaty (case-study, tworzenie klauzul zgód),
 - Co zrobić z tzw. „skażoną bazą danych” – bazą, dla której nie mamy odpowiednich zgód marketingowych lub nie jest znany ich zakres.
- Zewnętrzne bazy danych:
 - bazy powszechnie dostępne (KRS, CEIDG, media społecznościowe, inne źródła),
 - kupowanie baz marketingowych i ryzyka prawne z tym związane.
- Marketing elektroniczny a marketing tradycyjny,
- Marketing własny a marketing podmiotów trzecich,
- Marketing B2B,
- Marketing B2C,
- Marketing a dane wrażliwe (szczególne kategorie danych) i wizerunek,
- Jak obsłużyć wycofanie zgody, sprzeciw lub skargę klienta związaną z przetwarzaniem danych osobowych w celach marketingowych?,
- Kiedy i w jaki sposób dokonywać weryfikacji tożsamości zgłaszającej się osoby?
- Procedura zawierania umów z konsumentami w ramach e-commerce,
- Przechowywanie informacji lub uzyskiwanie dostępu do informacji już przechowywanej w urządzeniu końcowym – na przykładzie plików cookies,
- Działalność marketingowa w mediach społecznościowych,
- Odpowiedzialność za niezgodną z przepisami działalność marketingową na gruncie GDPR; UŚUDE; PT) – zagadnienia szczegółowe i przykłady z praktyki.

III Blok

Nowe instytucje na gruncie RODO

- Profilowanie i behavioral targeting w marketingu z naciskiem na zmiany wprowadzane przez RODO i przepisy szczególne,
- Role w procesie przetwarzania danych osobowych (administrator/podmiot przetwarzający) na rynku

reklamy behawioralnej,

- Realizacja praw osób, których dane dotyczą,
- Marketing adresowany do dzieci,
- Certyfikacja i zatwierdzone kodeksy postępowania,
- Zgłaszanie naruszenia ochrony danych osobowych, praktyczne przykłady naruszeń.

IV Blok

- Zakończenie i pytania

Na wszelkie pytania w sprawie szkoleń odpowiemy pod numerami telefonów:

(22) 616 25 70, + 48 502 109 114 lub drogą mailową: szkolenia@omnimodo.com.pl

ZAPRASZAMY

Omni Modo

Aleja Jerzego Waszyngtona 40A Ip
03-910 Warszawa

tel/fax: 22 616 25 70

e-mail: szkolenia@omnimodo.com.pl