

RODO W MARKETINGU I E-COMMERCE

Informacje o szkoleniu

Termin szkolenia	05.10.2018
Miejsce	Warszawa Golden Floor Tower (budynek AXA) ul. Chłodna 51
Koszt szkolenia	690 PLN
Prowadzący	

Opis szkolenia

Termin i miejsce szkolenia:

05 października 2018 godz. 9:30 -16:00

Kolejny termin: **16 listopada 2018**

Warszawa, Golden Floor Tower (budynek AXA) ul. Chłodna 51.

W ramach szkolenia każdy uczestnik otrzymuje:

- certyfikat poświadczający udział w szkoleniu,
- pakiet materiałów szkoleniowych,
- RODO w wydaniu kieszonkowym – **NOWOŚĆ**
- książkę wydawnictwa Beck z 2018 r. : *RODO w 15 krokach. Praktyczny poradnik dla przedsiębiorców* – **NOWOŚĆ**
- wsparcie merytoryczne podczas szkolenia oraz możliwość zadawania pytań do 5 dni po szkoleniu,
- pyszny obiad, kawę, herbatę

Koszt szkolenia:

690 zł + 23% VAT

Każdy kolejny uczestnik szkolenia z tej samej organizacji/firmy otrzyma rabat w wysokości **10%** ceny szkolenia.

Na szkoleniu uczestnicy:

- Dowiedzą się, jak prowadzić działalność marketingową zgodnie z RODO;
- Usłyszą, jak sprawnie wdrożyć nowe regulacje w organizacji;
- Odpowiemy na pytanie, jak zgodnie z prawem, a jednocześnie skutecznie, zbudować bazę marketingową klienta lub Twojej firmy;
- Dowiedzą się jaka jest różnica pomiędzy RODO a ePrivacy;
- Pozną zasady ochrony danych osobowych przy 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;
- W jakich obszarach działań prowadzonych w Internecie należy identyfikować główne ryzyka prawne?
- Samodzielnie rozwiążą rzeczywiste problemy i case'y, jakie napotkaliśmy w swojej pracy.
- Jakie obowiązki informacyjne względem użytkowników należy realizować w oparciu o regulacje prawa konsumenckiego, e-commerce i regulacji ochrony danych osobowych?
- Jakie inne obowiązki względem konsumentów (użytkowników nowych technologii) należy spełnić w ramach handlu elektronicznego?
- Jaką treść powinien mieć regulamin sklepu Internetowego?
- W jaki sposób prawidłowo skonstruować treść zgód marketingowych (e-mail marketing, telemarketing) oraz zgód na przetwarzanie danych osobowych?
- Czy informacje dotyczące klientów a niebędące danymi osobowymi podlegają prawnej ochronie (na przykładzie plików cookies)?

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 obrotem (nabywaniem i sprzedażą) baz danych;
- Osób odpowiedzialnych za prowadzenia działań e-commerce, w tym operatorzy sklepów i serwisów internetowych;
- Osób odpowiedzialnych za ochronę danych (**Administratorzy Bezpieczeństwa Informacji, „przyszli” Inspektorzy Ochrony Danych**, działy prawne) w firmach, które prowadzą działania marketingu bezpośredniego;
- Osoby odpowiedzialne za bezpośredni kontakt z klientami (przedstawiciele handlowi, pracownicy call center).

PLAN SZKOLENIA

I Blok

Wprowadzenie oraz podstawowe pojęcia i definicje

- Krótkie omówienie istotnych krajowych aktów prawnych (ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną, Prawo Telekomunikacyjne; ustawa o prawach konsumenta);

- Zmiany w prawie na poziomie europejskim (**RODO i ePrivacy**);
- 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”;
- Kiedy można przetwarzać dane w celach marketingowych (zgoda i związane z nią konsekwencje, prawnie usprawiedliwiony cel, obowiązek informacyjny) – jakie zmiany wprowadza RODO;
- 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),
 - kupowanie baz marketingowych i ryzyka prawne z tym związane.
- Marketing elektroniczny a marketing tradycyjny,
- Marketing własny a marketing podmiotów trzecich,
- Marketing skierowany do przedsiębiorców,
- Marketing skierowany do osób fizycznych,
- Marketing a dane wrażliwe i wizerunek,
- Jak obsłużyć sprzeciw lub skargę klienta?,
- Handel elektroniczny z perspektywy ochrony danych osobowych,
- 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;
- Odpowiedzialność za niezgodną z przepisami działalność marketingową na gruncie GDPR; UŚUDE; PT).

III Blok

Nowe instytucje na gruncie RODO

- Profilowanie i behavioral targeting w marketingu z naciskiem na zmiany wprowadzane przez RODO;
- Realizacja praw osób, których dane dotyczą na gruncie RODO:
- Marketing adresowany do dzieci
- Certyfikacja i Zatwierdzone Kodeksy Postępowania;



- Zgłaszanie naruszeń ochrony danych osobowych.

IV Blok

- Zakończenie i pytania

Na wszelkie pytania w sprawie szkoleń odpowiemy pod numerem telefonu:

(22) 616 25 70 lub drogą mailową:

szkolenia@omnimodo.com.pl

ZAPRASZAMY

Omni Modo

Aleja Jerzego Waszyngtona 40A Ip

03-910 Warszawa

NIP: 113-060-77-41

tel/fax: 22 616 25 70

e-mail: omnimodo@omnimodo.com.pl