



Přímý marketing – obchodní sdělení

Přímý marketing – obchodní sdělení

Využití osobních údajů při přímém marketingu je dle Obecného nařízení o ochraně osobních údajů 2016/679 chápáno jako **oprávněný zájem správce** (R 47).

Přímý marketing je způsob marketingové komunikace, při které se oslovují zákazníci přímým adresním oslovením (např. e-mailem, poštou, telefonicky nebo i osobně). Týká se obchodních a reklamních sdělení, která jsou zasílána jak klasickou poštou, tak i elektronickými prostředky, především e-maily či SMS zprávami. Právním důvodem zpracování jsou oprávněné zájmy správce, to bude odůvodnitelné zejména vůči zákazníkům správce, u nichž již existuje zákaznický vztah a je tedy do určité míry oprávněným zájmem správce uplatnit vůči zákazníkovi přímý marketing, jde o tzv. zákaznickou výjimku a **osobní údaje lze zpracovávat bez souhlasu subjektu os. údajů**. Subjekt má ale právo kdykoliv vznést námitku proti zpracování os. údajů. Pokud je námitka vznesena nesmějí být údaje dále zpracovávány a správce si to musí dostatečně poznačit (opt-out princip). Pro požadavek o vyřazení z přímého marketingu lze akceptovat určitou lhůtu, max. však několik týdnů.

Přímý marketing poštou

Pro účel nabízení obchodu a služeb lze použít jméno, příjmení a adresu subjektu os. údajů pokud byly tyto informace získány v souvislosti s činností správce. Bez souhlasu nelze k uvedeným údajům přiřazovat další údaje. Lze zasílat katalogy, (individualizované) obchodní nabídky, přání k narozeninám, Vánocům atd. Týká se to zákazníků správce, v ostatních případech by měl být souhlas, který lze kdykoli odvolat.

Přímý marketing elektronicky

Pro účel nabízení obchodu a služeb zákazníkům správce lze použít e-mailovou adresu, telefonní číslo apod. subjektu os. údajů pokud byly tyto informace získány v souvislosti s činností správce. Jsou stanovena pravidla, za kterých lze šířit obchodní sdělení a která platí i pro e-mailové adresy právnických osob. Dáno zákonem č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti.

Obchodní sdělení

Zasílání obchodních sdělení elektronickými prostředky se řídí zákonem č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti.

Obchodním sdělením se rozumí všechny formy sdělení, včetně reklamy a vybízení k návštěvě internetových stránek, určeného k přímé či nepřímé podpoře zboží či služeb nebo image podniku osoby, která je podnikatelem nebo vykonává regulovanou činnost. **Obchodní sdělení směřuje k přímé či nepřímé podpoře podnikatele nebo osoby vykonávající regulovanou činnost.** Je to i žádost o udělení souhlasu, žádost o hodnocení zboží či šetření spokojenosti zákazníka, el. zaslané přání k narozeninám a k Vánocům. O obchodní sdělení nejde, pokud je v patičce e-mailu uveden odkaz na internetové stránky.

Kdy lze obchodní sdělení zasílat?

Dvě možnosti: zákaznická výjimka a souhlas uživatele.

Souhlas: Získaný od subjektu údajů. Nelze šířit obchodní sdělení na zveřejněné e-mailové adresy bez souhlasu jen proto, že jsou zveřejněné.

Zákaznická výjimka: Lze zasílat sdělení **týkající se vlastních obdobných výrobků nebo služeb** na e-maily zákazníků získané v souvislosti s prodejem výrobků nebo služby. Nelze posílat obchodní sdělení třetích osob či v jejich prospěch. Zákazník musí mít jasnou a zřetelnou možnost jednoduchým způsobem, zdarma nebo na účet této fyzické nebo právnické osoby **odmítnout souhlas** s takovýmto využitím svého elektronického kontaktu i při zasílání každé jednotlivé zprávy, pokud původně toto využití neodmítl.

Náležitosti obchodního sdělení

- Musí být zasláno na základě souhlasu nebo zákaznické výjimky.
- Musí být označeno jasně a zřetelně jako obchodní sdělení.
- Musí být uvedena totožnost odesílatele.
- Musí obsahovat platnou adresu, na kterou lze poslat nesouhlas se zpracováním os. údajů.
- Doporučuje se uvést důvod zaslání.

Vše lze uvést např. v zápatí e-mailu.

Sankce

Za zasílání obchodních sdělení, která nesplňují požadavky dle výše uvedeného zákona, lze uložit pokutu až 10 000 000 Kč.