

Spis treści

Wstęp	5
Część I	
1. Marketing nowych technologii – pozyskiwanie danych osobowych	7
1.1. Przepisy – niejasne albo nieprzestrzegane	7
1.2. Budowanie baz danych marketingowych	9
Część II	
2. Marketing nowych technologii – podstawa przetwarzania danych osobowych	15
2.1. Wymogi formalne	15
2.2. Dane kontaktowe	16
2.3. Dane kontaktowe przedsiębiorców	19
2.4. Dane osobowe	19
2.5. Najczęściej stosowana podstawa	20
2.6. Różne rodzaje zgód	20
2.7. Wzory zgód	21
2.8. Przepis podstawą przetwarzania danych osobowych	22
2.9. Uzasadniony cel administratora danych osobowych	22
2.10. Prawo sprzeciwu	23
Część III	
3. Marketing nowych technologii – wskazówki praktyczne	25
3.1. Checkboksy w formularzach zgód	25
3.2. Modele zbierania i potwierdzania zgody	28
3.3. Modele postępowania	29
3.3.1. Single opt-in	29
3.3.2. Confirmed opt-in	29
3.3.3. Double opt-in	30
3.3.4. Opt-out	31
3.4. Listy robinsonów	32
3.5. Dokumentowanie pozyskiwania danych osobowych	32
3.6. Zasady bezpiecznej wysyłki informacji	33
3.7. Informacje dla adresata	34

Część IV

4. Marketing nowych technologii – dobre praktyki	36
4.1. E-marketing w praktyce	36
4.2. Zlecenie realizowane u przedsiębiorcy	36
4.3. Przekazywanie danych osobowych	37
4.4. Obcy kod na stronach portalu/serwisu	38
4.5. Hosting na portalu/serwisie	39
4.6. Usługa na stronach portalu/serwisu	40
4.7. Dobre praktyki	40
4.7.1. Mailing na adresy dostępne publicznie	40
4.7.2. Jak i kiedy zbierać dane osobowe uczestników konkursów	41
4.7.3. Panele ankietowe	41
4.7.4. Promocja własnych usług swoim klientom	41
4.7.5. Wysłka informacji handlowej do innych przedsiębiorców (relacja B2B)	42
4.7.6. Licencjonowanie bazy danych osobowych	42
4.7.7. Sprzedaż bazy danych osobowych	43
4.7.8. Akwizycja/zakup serwisu z bazą danych osobowych	43
4.7.9. Przerwana/niedokończona rejestracja w serwisie	44
4.7.10. Usługa w zamian za dane (zasada wzajemności) vs. serwis płatny	44
4.7.11. Zapytanie o zgodę na aktywność biznesową – e-mail	44
4.7.12. Zapytanie o zgodę na aktywność biznesową – SMS	45

Część V

5. Podsumowanie	46
-----------------------	----

Część VI

6. Akty prawne	49
6.1. Ustawa z 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (tekst jedn.: Dz.U. z 2016 r. poz. 922)	49
6.2. Ustawa z 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (tekst jedn.: Dz.U. z 2016 r. poz. 1030)	75
6.3. Ustawa z 16 lipca 2004 r. - Prawo telekomunikacyjne (tekst jedn.: Dz.U. z 2014 r. poz. 243 ze zm.) – wybrane artykuły	86