



Przygotowanie do RODO

**Praktyczny poradnik Customer
Relationship Management**



Od Autora



Antropolodzy zauważają, że nasze społeczeństwa charakteryzuje dążenie do wzajemności lub dawania tylko po to, aby otrzymywać. Zasadniczo w ten sposób wykształcił się handel, czyli wymiana czegoś wartościowego na zapłatę.

Prywatna informacja, która przynależy do jednostki, ma ogromną wartość i dlatego zasługuje na specjalną ochronę ustawodawczą. Jeżeli dane dotyczące zachowania i potrzeb są zbierane i wykorzystywane bez wyraźnej na to zgody, uzasadniona jest obawa dotycząca potencjalnego ich nadużycia.

W przypadku, gdy organizacja udziela informacji nie tylko o tym jakie dane gromadzi, ale również w jakim celu je pozyskuje, jak z nich korzysta oraz jakie korzyści oferuje w zamian – wzrasta prawdopodobieństwo wyrażenia zgody na przetwarzanie.

Rozporządzenie o Ochronie Danych Osobowych (RODO) to akt prawny UE

przyjęty w celu ochrony osób fizycznych w odniesieniu do przetwarzania danych osobowych oraz swobodnego przepływu informacji personalnych.

Bez względu na to, czy pracujesz w Marketingu, Sprzedaży, czy w dziale Obsługi Klienta, jako Inspektor ds. Ochrony Danych, dyrektor wykonawczy odpowiadający za zgodność organizacji z przepisami, czy po prostu zależy Ci na racjonalnym prowadzeniu bazy – musisz mieć plan działania; inaczej ryzykujesz złamaniem przepisów.

Niniejszy przewodnik oferuje wprowadzenie do RODO oraz objaśnia, jak nowe przepisy wpływają na zarządzanie relacjami z klientami w organizacjach. Porusza również wątek dostarczenia przez nowoczesny system CRM infrastruktury umożliwiającej zarządzanie danymi zgodnie z wymogami rozporządzenia.

Phil Winters

O autorze

Phil Winters już od ponad trzech dekad koncentruje się w swoich publikacjach na perspektywie klienta, co przyniosło mu międzynarodową rozpoznawalność, jako eksperta w sprawach customer experience, mapowania podróży klienta oraz customer intelligence. Definiuje on nowe podejście, które pomaga organizacjom poprawiać customer value oraz wzmacniać lojalność poprzez dostarczanie wyjątkowego doświadczenia klienta.

www.ciagenda.com

Wprowadzenie do RODO

Dlaczego nowe zasady zrewolucjonizują Customer Relationship Management

4

Zasady działania RODO

Podstawowe założenia RODO

6

Nadarza się szansa

Dlaczego system CRM może zapewnić przewagę konkurencyjną

8

Wyprzedź sytuację

Przewodnik udanego wdrożenia systemu CRM uwzględniający zmiany wynikające z RODO

10

Checklista zgodności z RODO

14

Słownik pojęć

związanych z RODO

16

O SugarCRM

18

Wprowadzenie do RODO

Dlaczego nowe zasady zrewolucjonizują Customer Relationship Management

27 kwietnia 2016 Parlament Europejski oraz Rada (UE) przyjęły jak dotychczas najbardziej restrykcyjne, daleko idące prawo ukierunkowane na wzmocnienie fundamentalnych praw człowieka żyjącego w erze cyfrowej. Rozporządzenie ma za zadanie uregulować dotychczasowe dobre praktyki biznesowe poprzez konsolidację reguł obowiązujących na jednolitym rynku cyfrowym Unii Europejskiej.

88-stronnicowe Rozporządzenie o Ochronie Danych Osobowych (RODO) to jednogłośnie przyjęty dokument stanowiący prawo dla całego regionu, który zacznie obowiązywać 27 kwiecień 018 roku.

Do momentu wejścia w życie nowych przepisów, decyzja dotycząca zaimplementowania istniejących regulacji unijnych należała do poszczególnych państw członkowskich, co komplikuje prowadzenie przedsiębiorstw działających w wielu krajach. RODO odnosi się do każdej firmy, organizacji lub organu publicznego posiadających siedzibę w Unii Europejskiej, przetwarzających dane osobowe oraz każdej firmy, organizacji lub organu publicznego spoza Unii Europejskiej, jeżeli ich działania ukierunkowane są na osoby zamieszkałe w UE.

Celem RODO jest ustanowienie nowoczesnej i spójnej polityki ochrony danych w całej UE. Niektóre aspekty rozporządzenia są dość alarmujące. Szczególnie część dotycząca niebotycznej grzywny dla osób i organizacji działających niezgodnie z aktem prawnym. W dokumencie jest mowa o **karze w wysokości 20 milionów Euro lub 4% globalnego obrotu firmy**, którąkolwiek z tych kwot, w konkretnym przypadku, jest kwotą wyższą.

Wiele kwestii opisanych w rozporządzeniu wymaga uważnej oceny i ostrożnego działania podmiotu przetwarzającego dane oraz zaangażowanego w proces zespołu prawnego. Dokument zawiera zalecenia, jakie powinny wprowadzić nowopowstałe organizacje. Dla większości, która używa już jakiegoś systemu zawierającego informacje osobowe – podejście typu greenfield nie jest odpowiednie.

Konieczne są konkretne wskazówki i wytyczne odnoszące się do tego, jak dostosować funkcjonujące już systemy przetwarzania i ochrony danych osobowych tak, by były one zgodne z wymogami RODO, które wchodzi w życie 27 kwiecień 2018. W dokumencie można wyróżnić kilka przewodnich tematów, które koncentrują się wokół zbierania i wykorzystywania danych osobowych, jak również zdolności raportowania oraz wszelkich akcji przeprowadzanych na danych osobowych. Dobry system CRM może odegrać w tej sytuacji kluczową rolę.

Warto wiedzieć

Jedno z najczęściej zadawanych pytań w kontekście RODO brzmi: „Jaka jest różnica między administratorem a podmiotem przetwarzającym dane osobowe?” Odpowiedź brzmi...



Administrator oznacza osobę fizyczną lub prawną, organ publiczny, jednostkę lub inny podmiot, który samodzielnie lub wspólnie z innymi ustala cele i sposoby przetwarzania danych osobowych. Jeśli osoba lub organizacja zainicjowała proces gromadzenia danych osobowych (bezpośrednio lub pośrednio), jest ich administratorem. Przykładem działalności administratora może być: prowadzenie strony internetowej, gromadzenie danych klientów do celów marketingowych, interakcja z klientami w sposób uporządkowany, czy dostarczanie możliwości pobierania plików w zamian za rejestrację.



Podmiot przetwarzający oznacza osobę fizyczną lub prawną, organ publiczny, jednostkę lub inny podmiot, który przetwarza dane osobowe w imieniu administratora. Jest nim osoba lub organizacja dostarczająca swoim klientom usługę, lub system, w którym gromadzone są dane osobowe. Przykładem podmiotu przetwarzającego są: agencja badania rynku, agencja marketingowa, czy zewnętrzna firma obsługująca klienta w imieniu zleceniodawcy.

Szerszy kontekst

Zanim przejdziemy do rozważenia w jaki sposób wykorzystać system CRM w celu uzyskania zgodności z RODO, należy zrozumieć, że jest to tylko jeden z elementów bogatej infrastruktury IT, która przetwarza dane osobowe.

Administrator musi dopilnować by, w ramach wszystkich systemów IT zaimplementowano ochronę danych. Oznacza to, iż spoczywa na nim obowiązek zastosowania odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych w celu dopełnienia powyższych obowiązków.

Powyższe mechanizmy muszą zostać zaprojektowane tak, by wdrożenie nastąpiło w sposób skuteczny oraz umożliwiający integrację z wszelkimi niezbędnymi zabezpieczeniami przetwarzania informacji, aby zapewnić zgodność z RODO.

Administrator pilnuje, by wykorzystywane były wyłącznie te dane, które są niezbędne dla przeprowadzenia konkretnego procesu.

Zasady działania RODO

Podstawowe założenia RODO

Poniżej prezentujemy niektóre wymagania rozporządzenia w kontekście systemu CRM. Jego największy potencjał leży po stronie dostarczenia wsparcia na etapie pozyskiwania i przetwarzania danych.

Dla ułatwienia analizy, wskazujemy na konkretne przepisy RODO, które dotyczą opisywanego zagadnienia. Należy przy tym pamiętać, iż istnieje wymóg udzielania odpowiedzi “bez zbędnej zwłoki” na wniosek osoby, której dane dotyczą.

Artykuł 6: Zgodność przetwarzania z prawem

Należy zapewnić:

- jawność zbierania zgody na przetwarzanie danych oraz połączenie jej z indywidualnym rekordem w systemie; zgodnie z warunkami zdefiniowanymi w Artykule 7,
- możliwość dołączenia do rekordu informacji o zgodnym z prawem przetwarzaniu danych ze względu na prawne lub kontraktowe zobowiązanie, lub uzasadnienie. Na przykład w sytuacji, w której przetwarzanie jest niezbędne do wykonania umowy, której dana osoba jest stroną lub do wypełnienia obowiązku prawnego ciążącego na administratorze.

Artykuł 9: Przetwarzanie szczególnych kategorii danych osobowych

Należy zapewnić:

- możliwość oznaczenia specjalnej kategorii danych osobowych i restrykcyjnego do nich dostępu, a także ograniczonego ich wykorzystania,
- opcję zapisania rekordu dotyczącego legalnego przetwarzania danych na podstawie

każdego z 10 wyjątków wymienionych w Artykule 9.

Artykuł 12: Przejrzyste informowanie, komunikacja oraz tryb wykonywania praw przez osobę, której dane dotyczą

- System CRM powinien zapewnić zrozumiały format przedstawienia informacji w przypadku konieczności ich udostępnienia na wniosek, osoby, której dane dotyczą.
- System CRM powinien zbierać informacje o tego typu wnioskach; zarówno o tym, że takowe zostały złożone, jak i o tym, czy i w jaki sposób je zrealizowano.

Artykuł 16: Prawo do sprostowania danych

- Jeżeli osoba, której dane dotyczą, zgłosi potrzebę zmiany niedokładnych informacji, które są zbierane w systemie CRM, administrator jest zobowiązany poprawić te dane zgodnie z wnioskiem oraz udostępnić dowód przeprowadzenia takiej procedury.
- System powinien zawierać mechanizm informowania osoby, której dane dotyczą o poprawieniu przez administratora wiedzy zawartej w bazie na jej wniosek.

Artykuł 17: Prawo do usunięcia danych („prawo do bycia zapomnianym”)

- Jeżeli osoba, której dane dotyczą, wnioskuje, by zostały one usunięte, system CRM powinien umożliwiać:
 - i. w przypadku uzasadnionego żądania: wyeliminowanie wskazanych danych oraz wygenerowanie powiadomienia o przeprowadzeniu tejże akcji;
 - ii. w przypadku nieuzasadnionego żądania: wysłanie powiadomienia wraz z załączeniem listy obszarów, w których brak jest uzasadnienia dla uwzględnienia żądania.

Artykuł 18: Prawo do ograniczenia przetwarzania

- Jeżeli osoba, której dane dotyczą, powołuje się na Artykuł 16 lub 17, a rozpatrzenie wniosku wymaga czasu na uprzednie przeprowadzenie analizy, system CRM powinien dostarczyć funkcję czasowego usunięcia lub zablokowania wskazanego zakresu danych, aby użytkownicy oprogramowania nie mieli do nich dostępu.
- Osoba, której dane dotyczą, powinna być poinformowana o zaistniałej sytuacji, a zapis tego faktu powinien być przechowywany w systemie.

Artykuł 19: Obowiązek powiadomienia o sprostowaniu lub usunięciu danych osobowych lub o ograniczeniu przetwarzania

- W przypadku sprostowania lub usunięcia danych, bądź też ograniczenia przetwarzania danych, na skutek powyższych przepisów, administrator powiadamia o tym fakcie każdego odbiorcę, któremu zostały one wcześniej udostępnione. System CRM powinien oferować funkcję powiadamiania tych podmiotów.
- Administrator jest zobowiązany poinformować osobę, której dane dotyczą (na wniosek) o istnieniu takich odbiorców. Fakt takiego zgłoszenia należy odnotować i przechowywać w systemie CRM.

Artykuł 20: Prawo do przenoszenia danych

- Osoba, której dane dotyczą, ma prawo do przekazania jej danych osobowych uzyskanych od administratora innemu podmiotowi. System CRM niekoniecznie jest głównym źródłem zbieranej przez administratora wiedzy (numery telefonów, dane dotyczące stanu zdrowia, szczegóły transferów bankowych itp.), ale może

ją przechowywać. W takiej sytuacji powinien również oferować możliwość udostępniania danych w - jak to określa rozporządzenie -ustrukturyzowanym, powszechnie używanym formacie nadającym się do odczytu maszynowego i przekazania innemu podmiotowi.

- Osoba, której dane dotyczą, powinna zostać o tym poinformowana, a zapis takiej notyfikacji należy przechowywać.

Artykuł 21: Prawo do sprzeciwu

- W przypadku, gdy system CRM umożliwia zautomatyzowane podejmowanie decyzji z wykorzystaniem danych osobowych (np. następny najlepszy produkt, następna najlepsza oferta, ocena ryzyka, potencjalny zakup itp.) do celów jakiegokolwiek profilowania, a osoba, której dane dotyczą, sprzeciwia się temu, system CRM powinien umożliwiać administratorowi wyłączenie tego typu informacji z użytku.
- Wniosek dotyczący tego rodzaju wyłączenia danych powinien być odnotowany w systemie CRM.

Artykuł 25: Uwzględnianie ochrony danych w fazie projektowania oraz domyślna ochrona danych

Należy zapewnić:

- możliwość identyfikacji i oznaczenia, jakie dane są przechowywane w ramach systemu CRM;
- opcję ustawienia warunków dostępu do informacji przez konkretne grupy lub poszczególnych użytkowników, a także kryteriów przesyłu wiedzy do innych systemów IT;
- minimalny zakres danych personalnych przekazywanych każdej z ww. grup lub poszczególnych użytkowników, konieczny do wykonania określonego zadania;
- generowanie raportów ukazujących, które dane osobowe są udostępniane konkretnym grupom.

Artykuł 34: Zawiadamianie osoby, której dane dotyczą, o naruszeniu ochrony danych osobowych

- W przypadku wycieku informacji z systemu, gdy ryzyko naruszenia praw i wolności osoby, której dane dotyczą, jest wysokie, administrator jest zobowiązany bez zbędnej zwłoki przekazać informację o tym zdarzeniu.
- Fakt wycieku danych powinien zostać odnotowany w systemie CRM.

Nadarza się szansa

Dlaczego system CRM może zapewnić przewagę konkurencyjną

Dotychczas omówiliśmy możliwości nowoczesnego oprogramowania CRM w kontekście wdrożenia wymogów RODO. Należy sobie zdawać sprawę, że istnieje wiele innych systemów i procesów, które wiążą się z przechowywaniem i przetwarzaniem danych osobowych. Dobrze jest skonsolidować to w jednym miejscu. W ten sposób unikniemy ryzyka powielania takich samych czynności w ramach udzielanych odpowiedzi na pytania prawne uprawnionych podmiotów i uprościmy procedurę udzielania odpowiedzi na spływające wnioski poprzez zastosowanie jednego, wewnętrznie zgodnego i skonsolidowanego systemu. W dobie RODO liczyć się będzie umiejętność dostarczenia na czas spójnej, zbiorczej informacji w odpowiedniej formie. Rozwiązanie przynosi nowoczesne oprogramowanie klasy CRM!

Pomyśl o tym, co ponad zwykle przechowywanie danych rzeczywiście potrafi nowoczesny system CRM: proces kwalifikacji namiarów, system śledzenia szans sprzedażowych, scenariusze rozwiązywania problemów, roczne plany budżetowe, a nawet mapy „podróży klienta”. Oznacza to, iż mechanizmy konieczne do wdrożenia automatyzacji i procedur w kontekście RODO są już gotowe. Wystarczy zacząć je stosować do nowych zadań.

Jak krew, która przepływa przez serce, zasila cały organizm, tak system CRM jako centrum przechowywania danych, napędza różne obszary biznesu.

Oprogramowanie CRM to idealne narzędzie, które pomaga w osiągnięciu zgodności z RODO; nie tylko korzystając z danych oryginalnie w nim zawartych, ale również poprzez integrację z pozostałymi systemami IT. Zgromadzenie

wszystkiego w jednym miejscu pomaga zwłaszcza w realizacji przepisów zawartych w Artykule 12, tj. w przejrzystym informowaniu i przejrzystej komunikacji oraz metodach wspierania przez administratora i podmiot przetwarzający praw osoby, której dane dotyczą.

Dobry system CRM może pomóc zarówno w przypadku jednorazowego zapytania, jak i podczas bieżącej obsługi wniosków i innych wymogów RODO. Aby spełnić bardziej szczegółowe warunki uzyskania zgody na przechowywanie i przetwarzanie danych, należy wprowadzić w życie regułę „wzajemności informacji”.

Rozróżnienie potencjalnego klienta od klienta istniejącego już w bazie to podstawa marketingu. Wszystko dzięki danym! Powszechnie uważa się, że pozyskanie nowego klienta kosztuje siedem razy tyle, co utrzymanie tego, z którym już współpracujemy.

Mając na uwadze powyższą przesłankę, przedsiębiorcy powinni rozważyć modyfikację swojej Polityki Prywatności Danych. Przedstawienie klientom korzyści płynących z udzielenia zgody na przetwarzanie danych osobowych w sposób atrakcyjny, interesujący i zrozumiały, zwiększa szansę na wyrażenie aprobaty, a przede wszystkim sprawia, iż dostrzegają oni zaletę takiego rozwiązania. Zamiast niechętnie wprowadzać nowe przepisy tylko, dlatego, że tak trzeba, warto rozważyć szansę, która zawiera się w przededagowanej treści zgody na przetwarzanie danych.

W ramach legalnie uprawnionego przetwarzania danych personalnych (zgodnie z Artykułem 6) należy być gotowym, by w każdej

chwili przedstawić osobie, której dane dotyczą odpowiednie wyjaśnienia. Oprogramowanie CRM to najlepsze narzędzie, jakie może wspierać procesy z tym związane, skoro i tak istnieje już obowiązek przechowywania tych danych. Zapis tego, co zostało przetworzone na temat danej osoby, kiedy i jaka zgoda została uzyskana (w tym kopie dokumentów wraz z datą) powinny być powiązane z konkretnymi rekordami w systemie.

Sednem sprawy jest wykorzystanie systemu CRM tak, aby efektywnie zarządzać procesami związanymi z codziennym prowadzeniem zgodnego z RODO biznesu. Jest to również ogromna szansa dostarczenia klientom jeszcze lepszego User Experience.

Informuj klientów o tym, do czego są Ci potrzebne ich dane, co planujesz z nimi robić i w jakim celu. Może chodzić na przykład o:

- pomoc w znalezieniu najbardziej odpowiedniego produktu,
- powiadomienie o istotnym zdarzeniu (np. zbliżającej się płatności, terminie dokonania aktualizacji oprogramowania itp.),
- zapewnienie najlepszej ceny.

Im lepiej zaprezentujesz swoje powody, tym bardziej prawdopodobne, że klienci dostrzegą wartość dla siebie i wynagrodzą Twój wysiłek udzieleniem zgody na przetwarzanie danych osobowych.



Wyprzedź sytuację

Przewodnik udanego wdrożenia systemu CRM uwzględniający zmiany wynikające z RODO

Do dnia 25 maja 2018 przedsiębiorcy muszą przeprowadzić szereg działań w celu zbadania stopnia zgodności ich organizacji (w tym systemów i procesów) z przepisami RODO. Należy zapewnić, by wewnętrzne procedury odpowiadały zapisom rozporządzenia.

1 Audyt danych osobowych

Pierwsza rzecz, którą należy uwzględnić na liście zgodności z RODO, to tzw. audyt danych osobowych zbieranych i przetwarzanych przez przedsiębiorstwo. Konieczna jest identyfikacja wszystkich systemów i procesów występujących w organizacji. Ma ona na celu rozpoznanie, jakie dane osobowe są gromadzone, i w jaki sposób się z nich korzysta. Należy udokumentować dokładny charakter przetwarzanych informacji personalnych, to w jaki sposób są one zbierane i wykorzystywane oraz czy, i w jakich sytuacjach wiedza o klientach ulega przeterminowaniu lub znika z systemu. Jeżeli posiadasz narzędzie klasy CRM, jest ono oczywiście ważną częścią Twojego procesu biznesowego. Zazwyczaj jednak dane osobowe gromadzone przez przedsiębiorstwo są rozproszone i znajdują się po części w systemie marketing automation, systemie finansowym, a po części w innych narzędziach związanych z płatnościami, ryzykiem inwestycyjnym, wsparciem, obsługą po-transakcyjną, czy procesami operacyjnymi. Wobec tego należy zbadać wszystkie elementy pod kątem ich zawartości. Ma to bezpośredni związek z Artykułem 9. rozporządzenia, który określa zasady przetwarzania szczególnych kategorii danych osobowych.

2 Audyt automatycznego profilowania

Ważną kwestią audytu jest identyfikacja reguł oraz algorytmów machine learning służących automatycznemu profilowaniu bazy. Może być ono częścią kampanii marketingowych, systemu do zarządzania treścią na stronach internetowych (CMS), różnego rodzaju analiz, prognozowania przychodów itp. O zjawisku automatycznego profilowania możemy mówić zawsze wtedy, gdy przeprowadzana jest kategoryzacja osób pod danym kątem, która prowadzi do wywołania jakiejś automatycznej akcji. Ponieważ zgodnie z rozporządzeniem każda osoba ma prawo zostać poinformowana o automatycznym profilowaniu informacji personalnych, które jej dotyczą, ma również prawo wycofać zgodę na tego typu praktyki – istotne, aby zawrzeć wiedzę na ten temat w audycie dotyczącym poziomu zaawansowania naszych przygotowań do RODO.

Na dobry początek warto sporządzić jasny opis każdego systemu i procesu w organizacji w czytelnym dla wszystkich formacie. Pomoże to nie tylko udokumentować aktualny stan, ale również zachować zgodność w miarę postępu sytuacji.

3 Identyfikacja osobowa

Nie wszystkie systemy i procesy przechowują dane na temat dokładnie tych samych osób. Kolejnym etapem przygotowania do RODO powinno być zatem stworzenie listy podmiotów, których dane są ujęte w firmowych systemach. Nie jest do tego konieczny wieloletni projekt informatyczny, wystarczy raport wygenerowany za pomocą narzędzi tworzących infrastrukturę IT. Takie listy podmiotów należy połączyć w jedno, a następnie zweryfikować czyje i jakie dane posiadamy. Przedsiębiorstwa, które zunifikowały metodę identyfikacji osób we wszystkich swoich systemach, nie powinny mieć kłopotu z tym zadaniem. Nawet jeśli do tej pory nie ujednolicono nomenklatury międzysystemowej, przy użyciu nowoczesnych narzędzi jesteśmy w stanie zbudować przejrzysty obraz sytuacji. Dlaczego jest to tak istotne? Ze względu na wszystkie przepisy Rozporządzenia o Ochronie Danych Osobowych, które dotyczą praw indywidualnych podmiotów. Zwykli obywatele nie są zainteresowani organizacyjną otoczką wdrożenia RODO, zależy im natomiast na wiedzy o tym, co się dzieje z ich danymi osobowymi. Cokolwiek zdołasz zrobić już teraz, zaoszczędzi Ci pracy po wejściu w życie nowych przepisów. Na tym polu przydatne jest oprogramowanie CRM, gdyż pozwala ono na przypisanie rekordom, danych zebranych podczas analizy zawartości pozostałych systemów. Chociaż jest to raczej jednorazowa czynność, jej wyniki możesz zastosować, jako podstawę do utrzymania długoterminowej zgodności z przepisami (na przykład przy przetwarzaniu zmian lub dodawaniu nowych osób do bazy). Dzięki funkcjonalności narzędzia CRM może to być w pełni zautomatyzowany proces.

4 Uzyskanie zgody lub udokumentowanie użycia zgodnego z prawem

Obowiązek prowadzenia dokumentacji to jedna z najbardziej wyraźnych cech nowego rozporządzenia: patrz Artykuł 6 w kontekście zgody na zbieranie i przetwarzanie danych w specyficzny sposób lub obowiązku udokumentowania, który ustęp artykułu szóstego ma zastosowanie dla uchylenia obowiązku posiadania zgody. Podczas gdy większość ludzi jest przyzwyczajona do procedury „opt in” za pośrednictwem plików cookie, artykuł 6. nakłada wymóg wyraźnego wyjaśnienia, jakie dane są zbierane, jak przetwarzane i gdzie i do jakiego celu będą wykorzystywane. Kwestia tego, jak dokładnie powinna zostać sformułowana treść zgody, wykracza poza zakres tematyczny niniejszej publikacji, ale warto dodać, iż większość organizacji powinna zwrócić na to szczególną uwagę. Należy bowiem udokumentować mechanizmy wykorzystywane do zbierania zgody. W bardziej złożonych organizacjach może wystąpić wiele różnych przesłanek do zbierania danych przez administratora danych.

5 Realizacja wniosku o udostępnienie danych

Jeśli postąpisz tak, jak zasugerowano powyżej, czyli zdobędziesz wszystkie istotne dane osobowe oraz dopełnisz wskazanych wymogów, następane kroki to:

- procedura zapisu zgody,
- utrwalenie wymaganych informacji,
- stworzenie potwierdzenia dla osoby, której dane dotyczą,
- uzyskanie wewnętrznej autoryzacji,
- zalogowanie każdego z etapów opisanego procesu.

W dobrym systemie CRM będzie to seria zadań i podzadań, które powinny być poprawnie zdefiniowane i powiązane z konkretnymi danymi podmiotu, którego dane dotyczą. I które zapewnią szybki dostęp do tych danych w przypadku realizacji wniosku o udostępnienie danych.

6 Procesy wewnętrzne

W ten sam sposób należy skonfigurować określone wewnętrzne procesy i okazjonalnie je uruchamiać (ręcznie lub automatycznie). Mowa tutaj na przykład o ścieżce opisanej w artykule 34 dotyczącym powiadomienia o istotnym wycieku danych osobowych. Innym przykładem jest procedura uzyskania zgody na rozszerzony zakres wykorzystania danych osobowych (choćaby w celu skonstruowania lepszej oferty).



Checklista zgodności z RODO

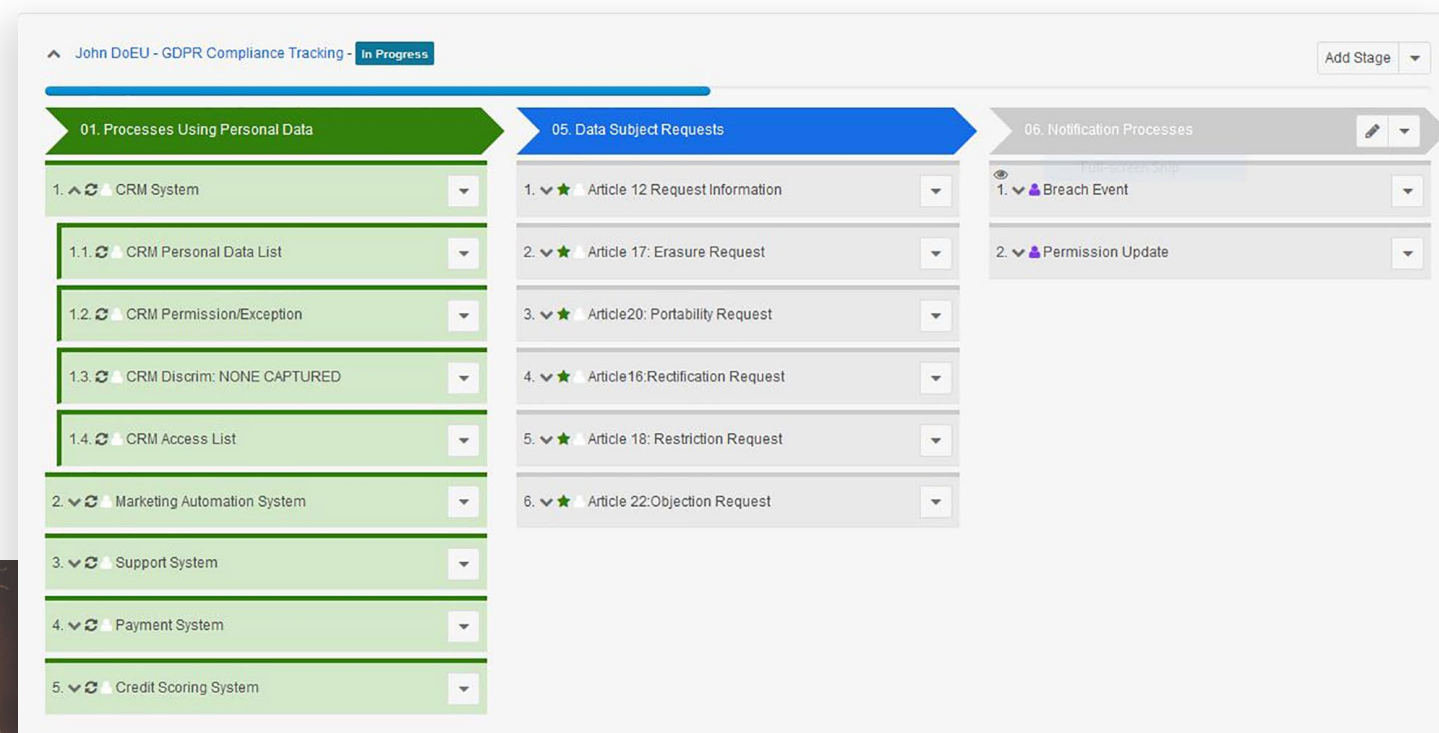
Nie ma wątpliwości, że podejście wykorzystujące nowoczesny system CRM może znacznie zmniejszyć stres i zredukować nakłady pracy wymagane do spełnienia wymogów RODO, nie tylko przed 25 maja 2018, ale także w ramach trwającego procesu. Przy okazji wzrasta potencjał poprawy customer experience.

Podsumowując, poniżej przedstawiamy 8-etapową checklistę zgodności z RODO:

1. Przeprowadzenie audytu zbieranych danych osobowych,
2. Stworzenie listy osób, których dane przetwarzasz,
3. Udokumentowanie zgody oraz prawnego wykorzystanie danych osobowych,
4. Wykorzystanie systemu CRM do zbierania i dokumentowania procesów RODO,
5. Przesłanie trzech pierwszych punktów do realizacji przy pomocy oprogramowania CRM,
6. Implementacja procesów realizowanych w ramach trzech pierwszych punktów,
7. Zdefiniowanie procesów dla wniosków zgłaszanych przez osoby, których dane dotyczą,
8. Utworzenie wewnętrznego powiadomienia/ procedury zmiany.

Wykorzystanie systemu CRM w celu uzyskania zgodności z RODO

SugarCRM dostarcza narzędzie, które wspiera wdrożenie programu zgodności z RODO. Wizualizacja procesu jest możliwa przy pomocy mechanizmu do badania podróży klienta, jest też w pełni elastyczna i pozwala na modyfikację i rozbudowanie każdego z etapów lub zadań, by dopasować się do unikalnych potrzeb indywidualnych organizacji. Odwiedź www.sugarcrm.com/resources i obejrzyj video, w którym demonstrujemy zasady działania tego narzędzia.



Słownik pojęć

związanych z RODO

Zgoda

oznacza dobrowolne, konkretne, świadome i jednoznaczne wyrażenie woli, w którym osoba, której dane dotyczą, w formie oświadczenia lub wyraźnego działania potwierdzającego, przyzwala na przetwarzanie dotyczących jej danych osobowych.

Administrator

oznacza osobę fizyczną lub prawną, organ publiczny, jednostkę lub inny podmiot, który samodzielnie lub wspólnie z innymi ustala cele i sposoby przetwarzania danych osobowych. Co do zasady, jeżeli bezpośrednio lub pośrednio inicjujesz zbieranie danych osobowych, to Twoja organizacja jest „administratorem” i odpowiada w ramach RODO. Prowadzenie strony internetowej, zbieranie danych klientów w celu realizacji kampanii marketingowej, interakcje z klientami w ustrukturalizowanych sposób, umożliwianie pobrań w zamian za rejestrację - wszystkie te sytuacje są przykładami działalności „administratora”.

Dane osobowe

oznaczają informacje o zidentyfikowanej lub możliwej do zidentyfikowania osobie fizycznej („osobie, której dane dotyczą”). Osoba fizyczna możliwa do zidentyfikowania to osoba, którą można bezpośrednio lub pośrednio zidentyfikować, w szczególności na podstawie identyfikatora takiego jak imię i nazwisko, numer identyfikacyjny, dane o lokalizacji, identyfikator internetowy lub jeden bądź kilka szczególnych czynników określających fizyczną, fizjologiczną, genetyczną, psychiczną, ekonomiczną, kulturową lub społeczną tożsamość osoby fizycznej. Jeżeli jesteś „administratorem” lub „podmiotem przetwarzającym” dane osobowe w przynajmniej jednym z państw członkowskich UE, przepisy RODO mają zastosowanie niezależnie od fizycznej lokalizacji osoby, której dane przetwarzasz. Jeżeli jesteś „administratorem” lub „podmiotem przetwarzającym” dane osobowe w dowolnym miejscu na świecie i przetwarzasz dane osoby, która jest rezydentem UE, przepisy RODO również mają zastosowanie. Nie ma znaczenia czy są to dane typu Business to Consumer (B2C), czy Business to Business (B2B).

Wyciek danych osobowych/ Naruszenie ochrony danych osobowych

Złamanie przepisów RODO oznacza naruszenie bezpieczeństwa prowadzące do przypadkowego lub niezgodnego z prawem zniszczenia, utracenia, zmodyfikowania, nieuprawnionego ujawnienia lub nieuprawnionego dostępu do danych osobowych przesyłanych, przechowywanych lub w inny sposób przetwarzanych.

Przetwarzanie

oznacza operację lub zestaw operacji wykonywanych na danych osobowych, lub zbiorach danych osobowych w sposób zautomatyzowany, lub niezautomatyzowany, taką jak zbieranie, utrwalanie, organizowanie, porządkowanie, przechowywanie, adaptowanie lub modyfikowanie, pobieranie, przeglądanie, wykorzystywanie, ujawnianie poprzez przesłanie,

rozpowszechnianie lub innego rodzaju udostępnianie, dopasowywanie lub łączenie, ograniczanie, usuwanie lub niszczenie. Obejmuje wszystkie systemy IT, które zawierają dane osobowe, niezależnie od tego, czy znajdują się on-site, w chmurze lub czy zostały dostarczone przez „podmiot przetwarzający”.

Podmiot przetwarzający

oznacza osobę fizyczną lub prawną, organ publiczny, jednostkę lub inny podmiot, który przetwarza dane osobowe w imieniu administratora. Jeżeli dostarczasz usługę lub system, które zawierają lub łączą się ze zbieraniem danych osobowych, jesteś podmiotem przetwarzającym i w tym zakresie podlegasz przepisom RODO. Przykłady: agencja badania rynku, agencja marketingowa, dostawca usługi przetwarzający dane na zlecenie. Administrator powinien ściśle współpracować z podmiotem przetwarzającym (i może wymagać nie tylko zgodnej z RODO dokumentacji, ale również przejęcia odpowiedzialności za jej poprawne prowadzenie). Fakt posiadania danych klientów przez podmiot przetwarzający sprawia, że w zakresie dysponowania takowymi staje się on ich administratorem.

Profilowanie

oznacza dowolną formę zautomatyzowanego przetwarzania danych osobowych, które polega na wykorzystaniu danych osobowych do oceny niektórych czynników osobowych osoby fizycznej, w szczególności do analizy lub prognozy aspektów dotyczących efektów pracy tej osoby fizycznej, jej sytuacji ekonomicznej, zdrowia, osobistych preferencji, zainteresowań, wiarygodności, zachowania, lokalizacji lub przemieszczania się. Z profilowaniem mamy również do czynienia w sytuacji, gdy wykorzystujesz „machine learning”, zaawansowaną analitykę, czy też AI w którymkolwiek z twoich systemów i jeśli ww. wykorzystują dane osobowe.

Odbiorca

oznacza osobę fizyczną lub prawną, organ publiczny, jednostkę lub inny podmiot, któremu ujawnia się dane osobowe.

Rozporządzenie

w ramach Unii Europejskiej, akt prawny o najszerszym zasięgu, który po wprowadzeniu w życie staje się obowiązujący dla wszystkich państw członkowskich równocześnie. W związku z powyższym RODO zacznie obowiązywać od 25 maja 2018, po dwuletnim okresie przejściowym. W odróżnieniu od dyrektywy, rozporządzenie nie wymaga uchwalenia dodatkowych przepisów krajowych, jest wiążące i ma zastosowanie w sposób bezpośredni. To, czy twoja organizacja jest objęta tym rozporządzeniem, zależy wyłącznie od tego, czy przetwarzasz „dane osobowe”.

Ograniczenie przetwarzania

Oznaczenie przechowywanych danych osobowych w celu ograniczenia ich przyszłego przetwarzania. jest podstawową zasadą nowego rozporządzenia, zgodnie z którą należy gromadzić i wykorzystywać dane **osobowe tylko wtedy, gdy jest to absolutnie konieczne**.

Specjalne kategorie danych osobowych

Dane osobowe, które ujawniają przynależność rasową lub etniczną, opinie polityczne, religijne oraz filozoficzne przekonania, członkostwo w związkach zawodowych oraz dane genetyczne, biometryczne przetwarzane dla celów identyfikacyjnych, dane związane ze zdrowiem, płcią lub orientacją seksualną. Wyjątki określono w artykule 9, ale co do zasady zakazane jest przetwarzanie tego rodzaju wiedzy. Ponieważ jak dotąd było to dozwolone, być może zebrałeś i nadal korzystasz z tego typu danych.

O SugarCRM

SugarCRM umożliwia przedsiębiorcom stworzenie wyjątkowych relacji z klientami przy pomocy najbardziej wydajnego, elastycznego i przystępnego cenowo systemu Customer Relationship Management na rynku.

W przeciwieństwie do tradycyjnych rozwiązań tej klasy, które skupiają się przede wszystkim na zarządzaniu i raportach, Sugar koncentruje się na jednostce, koordynując działania pracowników firmy, w taki sposób, aby dostarczyć jak najlepsze Customer Experience.

Z siedzibą w Dolinie Krzemowej, SugarCRM jest wspierany przez Goldman Sachs, Draper Fisher Jurvetson, NEA i Walden International. Ponad 2 miliony osób w więcej niż 120 krajach polegają na SugarCRM.

Aby dowiedzieć się więcej, odwiedź sugarcrm.com lub śledź @SugarCRM



eVolpe jest wiodącym partnerem SugarCRM w Polsce.

Contact Details

eVolpe Consulting Group
Aleje Solidarności 46
61-696 Poznań
Polska

+48 518 105 108
biuro@evolpe.pl
www.evolpe.pl

Odwołania i dalsze informacje

Ogólne informacje o RODO:

https://ec.europa.eu/info/strategy/justice-and-fundamental-rights_pl

Pełny tekst rozporządzenia w 24 językach:

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:32016R0679>

Material zawarty w tym E-booku ma charakter ogólnego komentarza i wyraża wyłącznie opinię autora i sposób, w jaki interpretuje on wymagania RODO. SugarCRM oraz eVolpe nie udzielają gwarancji, wyraźnych, domniemyanych lub ustawowych dotyczących informacji zawartych w tym E-booku. Celem tego E-booka jest uświadomienie niektórych aspektów RODO, a nie dostarczanie kompleksowych wytycznych dotyczących przepisów rzeczzonego rozporządzenia. Niniejsza publikacja nie stanowi porady prawnej i jako taka nie powinna być traktowana. Nie należy jej używać do określania, w jaki sposób RODO ma zastosowanie do procedur panujących w konkretnej organizacji. W celu pozyskania szczegółowych informacji na ten temat zachęcamy do zasięgnięcia specjalistycznej porady prawnej.