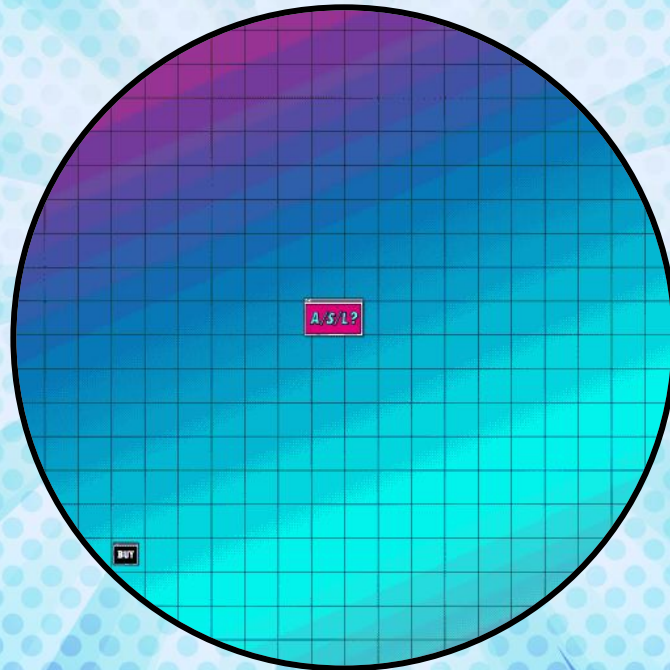


Llevas 20 años
ignorando el RGPD



Recibimos más de 3000
impactos publicitarios al día



¿Vendes o atropellas?

Las marcas deben saber transmitir principios y compromiso.



“ El consumidor, saturado de publicidad, necesita nuevas motivaciones y mayores convicciones para acercarse a una marca.





1999. Seth Godin_

Marketing de permiso

“Es mucho más efectivo ser respetuoso con el cliente, tratarle de forma inteligente, captar su interés y pedirle permiso para empezar una relación comercial”

2018. RGPD_

Artículo 4.11

"toda manifestación de **voluntad libre, específica, informada e inequívoca** por la que **el interesado acepta**, ya sea mediante una declaración o una clara acción afirmativa, el tratamiento de datos personales que le conciernen".

El consentimiento del usuario.



20 años..

Ignorando el RGPD



Marketing de permiso vs Marketing de interrupción

¿Atraer o perseguir?

- Respeto al usuario y sus derechos
- Genera confianza y aporta valor
- Es voluntario, el usuario decide
- Es solicitado y/o esperado



Aprobado por el RGPD.

- No respeta al usuario, lo atropella
- Genera malestar y desconfianza
- Es invasivo y molesto
- No solicitado ni autorizado



Prohibido por el RGPD.

“

En internet, para vender no necesitas “gritar a más gente”

Necesitas generar relaciones duraderas

Seth Godin



EL RGPD es marketing de permiso

Normas RGPD = Normas marketing de permiso

- Obtener permiso antes de enviar publicidad a los usuarios.
- No se envía información comercial a a personas que no están interesadas en el producto
- No se envía información a personas que no nos conozcan



El consentimiento

en el RGPD

Inequívoco	Requiere de una declaración inequívoca por parte del individuo, no vale por omisión o por defecto.
Libre	No puede estar condicionado a la prestación de un servicio. Voluntario
Específico	Debe únicamente recabarse para el tratamiento de datos personales que se realice con una finalidad en particular.
Informado	El usuario ha sido plenamente informado antes de requerir sus datos.
Revocable	Los usuarios tienen derecho a revocar su consentimiento en cualquier momento.

El derecho «Pimpinela»

«Olvida mi nombre, mi cara, mi casa... y pega la vuelta».

Permite que te pierdan de vista fácilmente.



Cómo informar:

Refuerza la transparencia

Primeras
capas

(formularios, cookies...)



Segunda
capa

(información completa)

Política de Privacidad

Advertencia: Esta política de privacidad establece la forma en que se van a gestionar los datos personales recogidos en esta web. Es imprescindible que la leas y aceptes antes de seguir navegando.

Ha sido actualizada por última vez el 15/12/2018

Te doy la bienvenida a esta web y agradezco que sigas leyendo

Es genial que estés leyendo este apartado, deberías hacerlo siempre que entras a una web.

Pocos se leen las políticas de privacidad y es imprescindible hacerlo porque es la manera de conocer el grado de compromiso que los responsables de una web establecen con los usuarios de la misma.

En esta web maricabrocca.com se asume un compromiso permanente con la privacidad de los datos de suscriptores, contactos, clientes y se garantiza las mejores prácticas en el uso de datos de carácter personal, al fin de cuentas, es la especialidad de la casa.

Si eres menor de 14, no deberías dejar tus datos en esta web a menos que lo autoricen tus padres. En ningún caso se recabarán del menor de edad datos relativos a la situación profesional, económica o a la intimidad de los otros miembros de la familia, sin el consentimiento de éstos.

Regulaciones legales a las que se acoge esta web

maricabrocca.com está adecuada a las exigencias de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales. Cumple también con el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016 relativo a la protección de las personas físicas (RGPD), así como con la Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico (LSSICE o

El poder de la transparencia

Haz visible tu honestidad

común como merista que contamina nuestras bandejas y mina nuestra paciencia. A fecha de hoy, muchas

Leer Entero >>

con el final del plazo de adecuación al RGPD, ha sido un auténtico tsunami para quienes

Leer Entero >>

protección de datos) va a transformar muchas de nuestras estrategias de marketing y esencialmente el e-mail marketing,

Leer Entero >>

1 2 3 ... 27 Sigüientes »

SUSCRÍBETE HOY
Convierte tu web en un espacio confiable, seguro y 100% legal

¡Me apunto!

Copyright © 2019 Marina Brocca

Hazte Afiliado Acceso afiliados Kits Legales

Aviso Legal y Condiciones de uso Política de Privacidad Política de Cookies

Permisos

Refuerza la confianza

- ▶ Check box claro, visible y previo al tratamiento

- ▶ Información compacta y precisa



¿Cómo te llamas? Un correo electrónico

He leído y acepto la [política de privacidad](#)

ENVIAR

▲ Antes de enviar tu consulta, échale un vistazo a la información básica sobre protección de datos [aquí](#).

- **Responsable:** SANTIAGO ALONSO POSADAS
- **Finalidad:** Enviarte novedades sobre el curso, productos ofrecidos y contenidos de interés
- **Derechos:** Podrás ejercer tus derechos de acceso, rectificación, limitación y suprimir los datos en este formulario así como el derecho a presentar una reclamación ante una [autoridad de control](#).
- **Información adicional:** En la [Política de Privacidad de Técnico RGPD](#) encontrarás información adicional sobre la recopilación y el uso de su información personal por parte de Técnico RGPD, incluida información sobre acceso, conservación, rectificación, eliminación, seguridad y otros temas.

Ventajas del marketing de permisos

Y del RGPD

Mejora la confianza ✓

Mejora de la imagen de marca y el engagement con los usuarios.

Mejora la relación ✓

Contar con el permiso establece bases sólidas y duraderas.

Mejora las conversiones ✓

El permiso multiplica la capacidad de conversión.

Mejora la diferenciación ✓

El usuario distingue a aquellos que respetan sus deseos de quienes no lo hacen.

Resumiendo

El RGPD no es el enemigo del marketing

El RGPD es sencillamente, marketing de permiso



¡Gracias!

Soy Marina Brocca

Especialista en protección de datos y negocios digitales.

MarinaBrocca.com



@MarinaBrocca

técnico
RGPD.com

MARINA BROCCA
RGPD · MARKETING · E-COMMERCE