

التسويق الإلكتروني المباشر

	تخاطب هذه الإرشادات المتحكم والمعالج باعتبارهم منشئي ومُرسلّي الاتصالات التسويقية الإلكترونية المباشرة .
	المواد ذات الصلة من قانون حماية البيانات 1,4,5,17,18,43 المواد ذات الصلة من اللائحة التنفيذية (.....).
	توضح هذه الإرشادات التالي : ✗ ماهية الاتصال التسويقي الإلكتروني المباشر وفقًا للقانون. ✗ الخاضعين لأحكام هذا القانون . ✗ الالتزامات القانونية التي تحكم مرسلّي الاتصالات التسويقية الإلكترونية المباشرة ✗ الضوابط القانونية للاتصالات التسويقية الإلكترونية المباشرة . ✗ جزاءات مخالفة أحكام التسويق الإلكتروني

● ماهية الاتصال التسويقي الإلكتروني المباشر وفقًا للقانون .

يُعرّف الاتصال التسويقي الإلكتروني المباشر بأنه إرسال أي رسالة أو بيان أو إعلان أو محتوى تسويقي، بأي وسيلة تكنولوجية، يهدف بشكل مباشر أو غير مباشر إلى الترويج لسلع أو خدمات أو طلبات تجارية أو سياسية أو اجتماعية أو خيرية تستهدف أفرادًا محددين.

يتضمن ذلك، على سبيل المثال، رسائل البريد الإلكتروني، والرسائل النصية، والمكالمات الهاتفية المباشرة، والمكالمات الهاتفية الآلية، والإعلانات السلوكية على المواقع والمنصات الإلكترونية .

تستثني الرسائل الروتينية لخدمة العملاء من نطاق التسويق الإلكتروني المباشر، وذلك مثل (التنبيهات الهامة حول الإرشادات المتعلقة بسلامة المنتج).

● الخاضعين لأحكام هذا القانون

فيما يخص التسويق الإلكتروني المباشر، يسلط القانون الضوء على مفهومي المنشئ والمرسل

المنشئ : هو الفرد أو الهيئة المنوطة بإنشاء محتوى الاتصال.

المرسل : هو الفرد أو الهيئة المسؤولة عن إرسال المحتوى التسويقي إلى الشخص المعني بالبيانات.

من الممكن أن يجمع نفس الفرد أو الهيئة بين دوري المنشئ والمرسل أو أن يكونا فردين/هيئتين مستقلتين .
في إطار عملية التسويق الإلكتروني، يتعين على كل من المرسل والمنشئ أن يحددوا ما إذا كانا متحكمين أو معالجين بموجب القانون والامتثال لجميع الالتزامات ذات الصلة.

مثال رقم 1 :

من ضمن أنشطة شركة بيع بالتجزئة (الشركة أ) تصميم حملات تسويقية لترويج أحدث منتجاتها بما في ذلك تطوير مواد الحملة الدعائية. تعاقدت الشركة (أ) مع الشركة (ب) لإجراء مكالمات هاتفية تسويقية للعملاء. في هذا المثال، تُعد الشركة (أ) هي منشئ الحملة التسويقية الإلكترونية والمتحكم، والشركة (ب) هي المرسل والمعالج.

مثال رقم 2:

من ضمن أنشطة شركة أزياء (الشركة أ) تصميم حملات تسويقية لترويج علامة تجارية جديدة للملابس. أبرمت الشركة (أ) عقدًا مع الشركة (ب) التي توفر منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني. تقوم الشركة (أ) بتحميل رسائل البريد الإلكتروني الخاصة بالعملاء ومعلومات التسويق إلى المنصة، ثم تستخدم أدوات المنصة لإرسال رسائل البريد الإلكتروني التسويقية في هذا المثال، تُعد الشركة (أ) هي المنشئ والمرسل والمتحكم، بينما تُعد الشركة (ب) المعالج.


- الضوابط القانونية للاتصالات التسويقية الإلكترونية المباشرة
- ➔ أن تتوافر توافر موافقة صريحة من الشخص المعني بالبيانات.
- ➔ التزام القائم على التسويق الإلكتروني المباشر بتوضيح أن هدف الاتصال هو التسويق المباشر.
- ➔ وضع آليات واضحة وغير معقدة تتيح للشخص المعني بالبيانات رفض اتصال التسويق الإلكتروني المباشر أو سحب موافقته المسبقة.

مثال:

كمُرسل، من الممكن أن تضع رابط إلغاء الاشتراك بشكل مرئي واضح في كل رسالة تسويقية والابتعاد عن التعقيدات التقنية، بحيث يمكن للشخص المعني بالبيانات تأكيد قراره دون خطوات إضافية.

- ➔ إتاحة المرسل لعنوان صحيح يُمكن الشخص المعني بالبيانات الوصول إليه.
- ➔ الحصول على ترخيص/تصريح للتسويق الإلكتروني المباشر من مركز حماية البيانات الشخصية.
- التزامات مرسل الاتصالات التسويقية الإلكترونية المباشرة
- 1. عدم الكشف عن تفاصيل الاتصال بالشخص المعني بالبيانات لحماية خصوصية الأفراد.
- 2. الاحتفاظ بسجلات إلكترونية تثبت موافقة الشخص المعني بالبيانات، بما في ذلك أي تعديلات أو إلغاء هذه الموافقة، يتم الاحتفاظ بهذه السجلات لمدة ثلاث سنوات من تاريخ آخر اتصال تم إرساله.

• جزاءات مخالفة أحكام التسويق الإلكتروني

يعاقب بغرامة لا تقل عن مائتي ألف جنيه ولا تجاوز مليوني جنيه كل من خالف أحكام التسويق الإلكتروني.	
--	---