

Política de Uso de Dados Pessoais e Personalização

Versão 1.0

1. Objetivo

Esta política define regras para o uso de dados pessoais e personalização de mensagens em comunicações de CRM, considerando não apenas conformidade legal, mas também a **percepção do cliente**.

2. Princípios Gerais

- A personalização deve ser proporcional ao canal e ao contexto da comunicação.
- O cliente não deve ter a sensação de estar sendo monitorado ou observado.
- Mesmo dados permitidos podem gerar percepção negativa se utilizados de forma excessiva ou invasiva.

3. Personalização Permitida

São considerados usos permitidos:

- Primeiro nome do cliente.
- Referência genérica a produtos ou serviços contratados.
- Comunicação baseada em eventos explícitos (ex.: contratação recente).

4. Personalização Sensível

Exige cautela (**WARNING**):

- Referências indiretas a comportamento:
 - “Sabemos que você costuma...”
 - “Percebemos que você tem interesse em...”
- Segmentações que possam revelar padrões implícitos.

Esses casos devem ser avaliados quanto à **necessidade real da personalização**.

5. Uso Proibido de Dados

São considerados **BLOCKER**:

- Nome completo, número de documento, endereços de e-mail e afins são proibidos.

- Inferência de dados sensíveis (renda, saúde, localização precisa).
- Uso de histórico comportamental de forma explícita.
- Comunicação que revele dados que o cliente não forneceu diretamente.

6. Exemplos

Aceitável:

“Temos uma nova oferta disponível para você.”

Sensível (WARNING):

“Notamos que você acessa frequentemente nosso app.”

Inaceitável (BLOCKER):

“Sabemos que você costuma atrasar seus pagamentos.”

7. Escalonamento

Sempre que houver risco de percepção invasiva, a peça deve ser revisada por humano, mesmo que tecnicamente legal.