

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:

- 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 do cliente, 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.”

“João Mendes, temos uma nova oferta disponível para você.”

7. Escalonamento

Sempre que houver risco de percepção invasiva ou exposição de dados sensíveis do cliente, a peça deve ser revisada por humano, mesmo que tecnicamente legal.