

Recenser les traitements sur les données à caractère personnel au sein de l'organisation



La société Artemis souhaite bénéficier des services de CentreCall pour externaliser le processus de fidélisation de sa clientèle. M^{me} Azri, responsable des traitements chez CentreCall, profite de vos récents travaux sur la protection des données à caractère personnel et leurs traitements pour vous confier la charge de ce dossier. Un dossier documentaire est à votre disposition pour vous aider dans votre mission.

Une déclaration des traitements réalisés sur des données à caractère personnel doit être effectuée auprès de la CNIL. Pour cela, un document numérique doit être complété par l'organisation.

M^{me} Azri a partiellement complété la déclaration pour la CNIL en indiquant les traitements réalisés sur les données à caractère personnel dans le cadre d'autres processus que celui du processus de fidélisation. Vous devez maintenant poursuivre la rédaction du document numérique de déclaration des activités de traitement. Pour cela, vous disposez de la liste des traitements complétée par M^{me} Azri (2^e onglet du registre numérique) et d'un modèle de fiche de registre pour enregistrer les informations liées au nouveau processus (3^e onglet).

Document 1 Extrait de l'entretien entre M^{me} Azri et la société Artemis

M. Friand : Bonjour M^{me} Azri. Je suis Paul Friand, directeur de la société Artemis. Afin de nous recentrer sur notre cœur de métier, nous aimerions vous confier la charge du processus de fidélisation de nos clients. Pouvez-vous m'indiquer les éléments dont vous avez besoin pour cette prise en charge ?

M^{me} Azri : Bonjour M. Friand, je vous remercie pour la confiance que vous portez à notre entreprise. Nos centres d'appel, contrairement à un site vitrine, permettent d'apporter des réponses personnalisées et d'aider ainsi à gagner de nouveaux clients tout en conservant les clients actuels.

M. Friand : Quels sont les moyens mis en œuvre par votre entreprise pour optimiser cette fidélisation ?

M^{me} Azri : Nous disposons de trois atouts essentiels.

Premièrement, nos opérateurs sont formés sur vos produits et ils deviennent des conseillers qui défendent votre marque. Deuxièmement, nos équipes sont entourées de clientèles managers compétents qui mettent tous les moyens en œuvre pour accompagner les opérateurs dans leurs tâches au service de votre cause. Par exemple, ils vérifient que leur formation sur vos produits est à jour, ou encore ils contrôlent l'historique des échanges avec vos clients. Troisièmement, nous mobilisons une technologie qui permet un routage des demandes de vos clients vers l'opérateur le plus compétent pour y répondre.

M. Friand : Très bien. Pouvez-vous m'expliquer le processus que vous engagerez pour gérer la fidélisation de mes clients ?

...

M^{me} Azri : Chaque début de semaine, le clientèle manager en responsabilité du suivi de vos clients analyse sur notre logiciel spécifique les dates des derniers échanges. Si un client n'est pas entré en communication avec notre centre depuis plus de 6 mois, le clientèle manager va saisir cette information sur son logiciel et un opérateur sera désigné immédiatement pour appeler le client concerné.

M. Friand : Quelle sera l'approche adoptée par votre opérateur pour maintenir la fidélité de mon client ?

M^{me} Azri : L'opérateur va dans un premier temps, après acceptation de l'enregistrement de la communication, contrôler les informations personnelles de votre client : nom, prénom, adresse, numéro de téléphone, courriel.

Le cas échéant une modification de ses données sera réalisée dans notre base de données. Puis, dans un deuxième temps, il va demander à votre client son niveau de satisfaction par rapport à l'utilisation de vos produits et porter à sa connaissance l'actualité de votre marque, pour enfin lui proposer une éventuelle réduction commerciale.

M. Friand : Cela me semble parfait. Comment serai-je informé de l'évolution de vos relations avec les clients ?

M^{me} Azri : Tous les mois vous recevrez une synthèse de la part du clientèle manager. Ce sera le moment pour vous de nous indiquer les éventuels ajustements à adopter dans notre démarche ou propositions commerciales.

Document 2 Informations complémentaires

- Date de création de la fiche de registre : 15/09/2020
- Durée de conservation des données à caractère personnel : 1 an
- Mesures de sécurité des données : Protection du serveur de base de données par un pare-feu, sauvegardes régulières des données et accès aux données par authentification.

Document 3 Obligations pour le registre des traitements

Le registre est prévu par l'article 30 du RGPD. Il participe à la documentation de la conformité.

Document de recensement et d'analyse, il doit refléter la réalité de vos traitements de données personnelles et vous permet d'identifier précisément :

- les parties prenantes (représentants, sous-traitants, co-responsables, etc.) qui interviennent dans le traitement des données ;
- les catégories de données traitées ;
- à quoi servent ces données (ce que vous en faites), qui accède aux données et à qui elles sont communiquées ;
- combien de temps vous les conservez ;
- comment elles sont sécurisées.

www.cnil.fr