

ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА ELISA

Настоящие принципы прямого маркетинга составлены исходя из ПОСТАНОВЛЕНИЯ ЕВРОПЕЙСКОГО ПАРЛАМЕНТА И СОВЕТА (ЕС) 2016/679 и Закона об электронной связи, и регулируют прямую маркетинговую деятельность Elisa.

1. ПОНЯТИЯ

1.1. Маркетинг – система мероприятий, цель которых – свести желания и потребности покупателей с предлагаемыми продавцом решениями/услугами и т. п.

1.2. Прямой маркетинг – разновидность маркетинга, наиболее распространенные формы которой перечислены здесь:

1.2.1. э-маркетинг – передача маркетинговой информации через электронные каналы (например: э-почта, SMS);

1.2.2. телефонные продажи – голосовые телефонные беседы в реальном времени между несколькими сторонами для донесения посыла прямого маркетинга в течение звонка.

1.3. Реклама – применяемый в маркетинге прием коммуникации, с помощью которого потребителей информируют о продукции, услугах или идеях.

1.4. Субъект данных – физическое лицо, давшее Elisa согласие на получение рекламных предложений или получающее от Elisa рекламные предложения на основании оправданного интереса.

2. ЦЕЛИ МАРКЕТИНГА И ОБРАБАТЫВАЕМЫЕ ЛИЧНЫЕ ДАННЫЕ

2.1. Цель маркетинга – свести желания и потребности клиентов с предлагаемыми Elisa решениями/услугами. Для достижения целей маркетинга Elisa анализирует личные данные субъекта данных (например: язык общения), демографические данные (например: возраст, пол), события клиента (например: историю пользования самообслуживанием, историю платежей), выбор услуг и устройств, данные о потреблении. На базе полученной в ходе анализа информации создается маркетинговый профиль субъекта данных. Вышеуказанные действия необходимы, чтобы понять ожидания, предпочтения и потребности субъекта данных в связи с предлагаемыми Elisa услугами/решениями и обеспечить для субъекта данных наилучшее, соответствующее именно его профилю предложение услуги или устройства. Для передачи рекламных предложений обрабатываются личные (имя и фамилия) и контактные (адрес э-почты и телефонный номер) данные субъекта данных.

3. ЮРИДИЧЕСКОЕ ОСНОВАНИЕ ПЕРЕДАЧИ РЕКЛАМНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ

3.1. При подписании договора об оказании услуги субъект данных может дать согласие на обработку личных данных для получения рекламных предложений Elisa и партнеров Elisa по э-почте, SMS или иным электронным способом. Это согласие наделяет Elisa правом передавать субъекту данных рекламные предложения Elisa и партнеров Elisa касательно всех услуг и/или товаров.

3.2. Партнеры Elisa, для передачи рекламных предложений которых субъект данных дает свое согласие, приведены [здесь](#).

3.3. Elisa передает субъекту данных в э-письме, SMS или иным электронным способом рекламные предложения без согласия субъекта данных на основании оправданного интереса касательно используемого субъектом данных товара/услуги или сходных товаров или услуг.

3.4. Elisa имеет право заниматься телефонными продажами для предложения всех своих услуг и/или товаров без согласия субъекта данных на основании оправданного интереса.

4. ПРАВО СУБЪЕКТА ДАННЫХ

4.1. Субъект данных имеет право в любое время отозвать свое согласие на передачу рекламных предложений и/или запретить передачу на основании оправданного интереса, воспользовавшись для этого бюро самообслуживания, э-почтой или SMS согласно инструкциям. Можно также подать в Elisa соответствующее заявление с подписью.

4.2. Субъект данных может отказаться от телефонных продаж, подав в Elisa соответствующее заявление с подписью или заявив о своем отказе во время звонка телефонной продажи.

4.3. Субъект данных может в любое время восстановить свое согласие на передачу рекламных предложений через бюро самообслуживания или подав в Elisa соответствующее заявление.