

LE RGPD (OU GDPR) UNE OPPORTUNITÉ

LE COMPTE À REBOURS

Changement de la réglementation européenne qui vise à **PROTÉGER LES DONNÉES PERSONNELLES**



Date butoir
25
Mai 2018



Sont concernées **TOUTES LES ENTREPRISES** mondiales traitants les données de citoyens européens



LES CHANGEMENTS À VENIR*

CONSENTEMENT DES USAGERS

Finis le «qui ne dit mot consent» les utilisateurs doivent être informés de l'usage de leurs données

DROIT D'ACCÈS ET DE RECTIFICATION

Droit de connaître le type de données recueillies et de les modifier

5

DISPOSITIONS qui figurent aux rangs des droits pour les utilisateurs, les clients et les salariés.

PORTABILITÉ DES DONNÉES

Possibilité de transférer les données d'un système électronique à un autre, sous réserve du consentement du consommateur

PROTECTION DES MINEURS

Une autorisation parentale est obligatoire pour les moins de 16 ans

DROIT À L'OUBLI

Droit de demander la suppression de toutes les données à caractère personnel

UNE NOUVELLE RELATION CLIENT

1. UN NOUVEAU CADRE DE CONFIANCE

La responsabilisation des entreprises est le principe fondamental de la RGPD (GDPR). En effet, celles-ci devront documenter en interne tous les traitements de données personnelles avec les études d'impacts et les mesures de protection prises.

Ce travail aura irrémédiablement un **impact positif sur la maîtrise et la connaissance des clients**, et permettra à l'entreprise de regagner la confiance des cyber-consommateurs.

Donner aux clients la possibilité de consulter, modifier ou de supprimer ses données / préférences contribue à leur **engagement envers l'entreprise.**

Cette nouvelle opportunité de dialogue avec ses clients permet ainsi de **créer de la proximité avec ces derniers et de personnaliser ses échanges marketing.**

2. PLUS DE TRANSPARENCE

3. STIMULE LE BUSINESS

Plus de la moitié des consommateurs dans le monde ne concrétisent pas l'acte d'achat sur Internet, inquiets de l'utilisation qui peut être faite de leurs données personnelles.**

En facilitant la portabilité des données, la RGPD donne aux personnes concernées le contrôle de leurs données personnelles. Par ailleurs, de **nouvelles opportunités business et d'innovation pourront être ouvertes** autour de la circulation de ces données, de manière sécurisée et dans un format ouvert et lisible par la machine, d'un service ou d'un fournisseur à un autre.

SOURCE : * La CNIL «Règlement européen sur la protection des données : ce qui change pour les professionnels»
** Etude KPMG - « Crossing the line - Staying on the right side of consumer privacy » - 2016

À PROPOS DE SMART TRAFFIK :

Smart Traffik propose aux marques et enseignes des solutions omnicanal en mode SAAS pour enrichir le parcours shopper. Fondé en 2012, Smart Traffik accompagne déjà plus de 140 marques et enseignes, et la solution est utilisée dans 114 pays.

Déployable rapidement, la solution Smart Traffik propose une gamme de fonctionnalités pour piloter l'ensemble de la stratégie omnicanal. **Choisissez la ou les fonctionnalité(s) pour votre projet et exploitez tout le potentiel de complémentarité.**