

DIREKT MARKETING: FÓKUSZBAN AZ ADAT

Danubius Hotel Gellért, Budapest

A direkt marketing egyik legfontosabb fegyvere, eszköze, előnye: az adat. Az adat, amellyel közvetlenül el tudja érni a fogyasztót – és ami még fontosabb: amellyel azt a fogyasztót lehet megszólítani, akit érdemes. A direkt marketing előnyei vitathatatlanok, vannak azonban hátrányai is, mindenekelőtt az adatbázisok bizonytalansága. Ha valaki a direkt marketinghez fordul, elengedhetetlen a naprakész, pontos adatbázisok használata, ellenkező esetben a pontatlan adatok használata sikertelen kampányt eredményez.

A direkt marketing másik fontos jellemzője, hogy az beavatkozás az érintett magánszférájába. A hirdető az ajánlatát közvetlenül az érintettnek küldi el, az ő postaládájába, postafiókjába jut el a reklám, vagy közvetlenül keresik telefonon. Éppen ezért nem csak az fontos, hogy azt szólítsuk meg, akit érdemes, hanem az is lényeges, hogy úgy szólítsuk meg, hogy a reklám elérje célját.

Végezetül, a direkt marketing legfőbb nehézsége a jogi környezet. A direkt marketing szigorú szabályokhoz kötött; ha természetes személyeket keresünk meg, szigorú adatvédelmi, adatkezelési szabályoknak kell megfelelni. Rendelkeznünk kell az érintett hozzájárulásával, és az adatkezelés minden szakaszában biztosítanunk kell az érintettek jogainak érvényesülését. Ha ezen szabályokat megszegjük, az eljáró hatóságok igen szigorú szankciókat alkalmazhatnak. Külön nehézséget okoz, hogy a jogellenes reklámozási tevékenység miatt több szerv is eljárhat, így ha nem vagyunk elég körültekintőek, számolhatunk a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság, a Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság eljárásával.

Konferenciánk első felében a direkt marketing gyakorlati kérdéseire keresünk választ. Hogyan, honnan szerezzünk adatot? Hogyan ellenőrizzük, hogy jók-e az adatok, sikeres-e a kampány? Hogyan gyűjtünk, hogyan vásároljunk adatot, hogyan használhatjuk mások adatbázisait? Kiket érdemes megkeresni, milyen csatornán, milyen tartalmú reklámmal, milyen gyakorisággal? Csak néhány azon kérdések közül, amelyekre előadóinkkal választ keresünk.

A konferencia második fele a jogi kérdésekre fókuszál. Hogyan kell megszerezni az érintettek hozzájárulását? Mit tehetünk a hozzájárulás hiányában? Hogyan kereshetjük meg saját ügyfeleinket, ha nincs kifejezett hozzájárulás a reklámozásra? Mit tehetünk a nem teljesen jogtisztá adatállományokkal, milyen kockázata van a nem teljesen jogszerű adatkezelésnek? Ki a felelős, miért, és ami a legfontosabb, mennyit kell fizetni a jogsértésért?

Előadóink a téma elismert szakértői, gyakorlati tapasztalattal rendelkező szakemberek, akik nem csak előadásukkal adják át tapasztalataikat, hanem választ adnak a hallgatóság kérdéseire is.

PROGRAM

12.30 - 13.00	<i>Regisztráció, kávé</i>
13.00 - 13.05	Moderátori köszöntő, bevezető <i>dr. Freidler Gábor</i> ügyvéd, adatvédelmi szakértő
13.05 - 13.35	A Direkt Marketing, múltja, jelene és jövője <i>Hivatal Péter</i> alelnök, Direkt és Interaktív Marketing Szövetség

- 13.35 - 14.10 **A direkt marketing gyakorlata**
Adatbázisok építése, frissítése, targetálása, karbantartása – gyakorlati kérdések gyakorlati példákon keresztül
Sztaricskai Tamás vezérigazgató, Adfit Marketing Solutions Zrt.
- 14.10 - 14.40 **Adatbázisok elérése kívülről**
Milyen eszközökkel lehet eljutni a címzettekhez saját adatbázis hiányában? Milyen lehetőségei vannak azoknak, akik a saját adatbázisukkal szolgálnák ki a hirdetőik igényeit?
Gazsó Gábor stratégiai partner, EvoMedia Kft.
- 14.40 - 15.00 **Lehetőségek a telemarketingben**
A rendelkezésre álló adatbázisok felhasználása, beszerzése. Hogyan szerezhetünk legálisan telefonszám adatbázisokat, ezek mennyire pontosak, és mennyire hasznosak? A telemarketing lehetőségei és eredményessége gyakorlati példákon keresztül.
Hódi Imre médiaigazgató, tonemedia
- 15.00 - 15.30 *Kávészünet*
- 15.30 - 16.10 **A direkt marketingre vonatkozó jogi szabályok, jogszabályi korlátozások, és a jogszerű adatkezelés eszközei**
Miként lehet az érintettek hozzájárulását megszerezni, és hogyan kereshetjük meg ügyfeleinket direkt marketing eszközökkel?
dr. Freidler Gábor ügyvéd, adatvédelmi szakértő
- 16.10 - 16.40 **Az eljáró Hatóságok (Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság, Nemzeti Adatvédelmi és Információszabadság Hatóság) gyakorlata**
Mire figyeljenek az on-line eszközöket használó reklámozók, milyen szabályai és kockázata van az e-mail marketingnek?
Dr. Zárdai Zoltán ügyvéd, Zárdai Ügyvédi Iroda - Reader's Digest Kft.
- 16.40 - 17.25 **Panelbeszélgetés**
Merre tovább? – A direkt marketing jövője a marketing és a jog aspektusából
Mi a direkt marketing jövője, és hogyan teszik ezt lehetővé a jogszabályi keretek? Milyen lehetőségei vannak a jogszabályi keretek megváltoztatásának?
Résztevők:
Négyessy András regionális internet menedzser, Studio Moderna 2000 TV-Shop Kft.
Sztaricskai Tamás vezérigazgató, Adfit Marketing Solutions Zrt.
dr. Tari Fruzsina legal counsel, Vodafone Magyarország Zrt.
Dr. Zárdai Zoltán ügyvéd, Zárdai Ügyvédi Iroda - Reader's Digest Kft.
- 17.25 - *Konferenciazárás*

A programváltoztatás jogát fenntartjuk!