

# Guia 02

## Comercial e Marketing

---

Este guia foi elaborado pelos membros do Grupo de Trabalho de LGPD do Instituto Paranaense de Compliance (IPACOM)

**Elaboração**

Giulia Gusso  
Luciliane Ribeiro  
Mariana Fischer

**Coordenação**

Letícia Sugai

## Objetivos

- LGPD x Comercial e Marketing
- Principais Impactos
- O que muda na equipe do Comercial com a LGPD?
- As áreas comercial e marketing nunca mais serão as mesmas.
- Marketing mais estratégico do que nunca
- Adaptação das estratégias de ponta a ponta
- Dicas e Boas práticas
- Considerações finais
- Referências

---

## Os fluxos de operação de dados deverão ser mais cuidadosos e transparentes

### **Marketing**

- Valorização do marketing;
- Aumento de sua produtividade.

### **Área Comercial**

- Melhora no relacionamento com cliente por meio da confiabilidade e respeito à privacidade.

## Principais Impactos

- Obtenção de dados
- Construção de relacionamento;
- Transparência sobre uso de dados;
- Personalização das informações;
- Cultura de Privacidade.



## O que muda na equipe do Comercial com a LGPD?

- A maneira como prospectar clientes.
- Só poderá enviar e-mails de venda para aqueles clientes que permitirem.
- A lista de leads compradas também não será mais uma opção prática.
- Compreender as bases legais com relação a contratos, consentimento e legítimo interesse.
- Ao cumprir a LGPD, o setor atenderá rapidamente seus KPIs de vendas, gerará melhores leads de qualidade.
- A troca de cartões de visita, referências e recomendações ou social selling:
  - ❖ Transparência no uso de dados;
  - ❖ Finalidade;
  - ❖ Além de dar ao titular a oportunidade de aceitar ou recusar adequadamente.



## As áreas comercial e marketing nunca mais serão as mesmas!

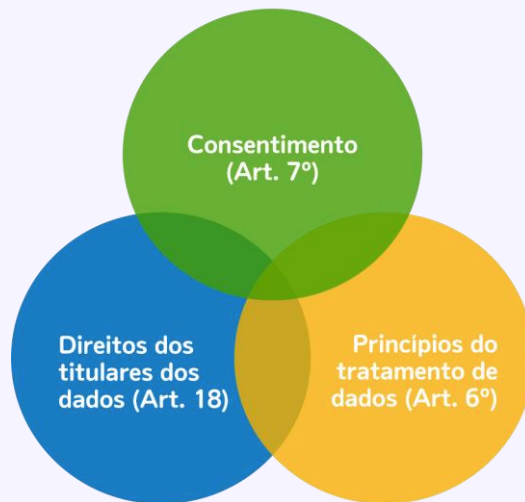
- Customizar o CRM (Customer Relationship Management) para LGPD
- Dados em um único espaço
- Otimização do processo de vendas
- Tomada de decisões transparentes
- Bom relacionamento com clientes e credibilidade
- Integrações entre ferramentas
- Consentimento do cliente
- Gerenciamento de Riscos



## Marketing mais estratégico do que nunca

- Conscientização e treinamento dos profissionais do setor.
- Uso cuidadoso da estratégia de preço dinâmico (preços definidos conforme certas características do consumidor podem ser considerado comportamento discriminatório).
- Melhor escolha dos parceiros de marketing observando se os mesmos estão adequados à nova Lei.
- Políticas de privacidade clara e de fácil compreensão.

### LGPD e o marketing







## Adaptação das estratégias de ponta a ponta

- práticas de geração de leads,
- inbound marketing,
- formulários,
- pop-ups,
- e-mail marketing,
- automação, criação de perfis, estratégias de co-marketing,
- anúncios segmentados.



## Boas práticas

- Consentimento do titular: livre, transparente e inequívoco.
- Facilite a saída/cancelamento de uma assinatura

**Errado**

Preencha para baixar o material gratuito

Seu nome:\*

Nome da empresa:\*

Seu e-mail:\*

Seu telefone:\*

Após submeter este formulário, você concorda com nossos termos e declara que leu nossa política de privacidade. Você pode receber atualizações por e-mail e poderá se desinscrever a qualquer momento.

**ENVIAR**

**Certo**

Preencha para baixar o material gratuito

Seu nome:\*

Nome da empresa:\*

Seu e-mail:\*

Seu telefone:\*

Você concorda com nossos termos de uso e política de privacidade?

Deseja receber atualizações de notícias, eventos e ofertas?

Termos e Política de Privacidade

**ENVIAR**

**N** Dúvidas? Ligue 0800-761-4631  
Netflix Entretenimento Brasil, Ltda.

[Cancelar recebimento](#)

[Termos de uso](#)

[Privacidade](#)

[Centro de ajuda](#)



OPT-IN : Deixar box desmarcada para o titular/cliente marcá-la caso aceite fornecer o dado.

## Boas práticas

- Informar sobre a instalação de cookies, inclusive informar se for usado para remarketing.

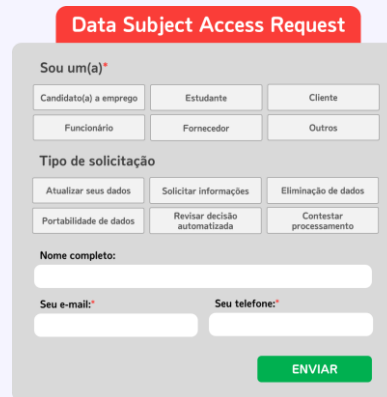


**Consentimento de Cookies**

Nós usamos cookies de terceiros neste site para finalidades estatísticas e de marketing. Suas preferências podem ser modificadas clicando em "editar preferências".  
Leia mais na nossa [Política de Privacidade](#).

**EDITAR PREFERÊNCIAS** **ACEITAR TODOS**

- Os dados devem ser armazenados considerando a necessidade de acesso, que deve ser limitada através de regras ou manter uma base centralizada, com acesso exclusivo a um time gestor.



**Data Subject Access Request**

Sou um(a)\*

<input type="checkbox"/> Candidato(a) a emprego	<input type="checkbox"/> Estudante	<input type="checkbox"/> Cliente
<input type="checkbox"/> Funcionário	<input type="checkbox"/> Fornecedor	<input type="checkbox"/> Outros

Tipo de solicitação

<input type="checkbox"/> Atualizar seus dados	<input type="checkbox"/> Solicitar informações	<input type="checkbox"/> Eliminação de dados
<input type="checkbox"/> Portabilidade de dados	<input type="checkbox"/> Revisar decisão automatizada	<input type="checkbox"/> Contestar processamento

Nome completo:

Seu e-mail:\*  Seu telefone:\*

**ENVIAR**

## Considerações finais

- As responsabilidades da empresa perante a LGPD vão muito além do citado aqui.
- Todas as áreas da empresa precisam estar envolvidas – fluxos de dados;
- Dificuldade de lidar com os titulares/público quando as mensagens de requisições começarem a chegar;
- Processos e tecnologias vão auxiliar na adequação;
- As áreas Comercial e Marketing não poderão ficar de fora do processo de adequação.

## Referências

- <https://www.mundodomarketing.com.br>
- <https://digitalks.com.br/artigos/lgpd-e-marketing-guia-pratico-para-o-profissional-de-marketing-digital/>
- <https://gobacklog.com/blog/lgpd-como-ela-impacta-a-sua-empresa/>
- <https://site.irko.com.br/blog/lei-geral-de-protecao-de-dados/>
- <https://www.agencialabra.com.br/blog/a-importancia-do-crm>
- <https://marketinganalitico.com.br/pesquisas-de-mercado-com-a-lgpd/>

# Guia 02

## Comercial e Marketing

**Elaboração**

Giulia Gusso

Luciliane Ribeiro

Mariana Fischer

**Coordenação**

Letícia Sugai