

Bones pràctiques en l'enviament de butlletins amb la nova llei de protecció de dades

La nova legislació és una molt bona oportunitat per establir bones pràctiques en l'enviament de butlletins i millorar-ne els resultats.

El 25 de maig [va entrar en vigor el Reglament Europeu de Protecció de Dades](#) la nova llei de protecció de dades, que exigeix el consentiment exprés dels subscriptors als teus newsletters per rebre comunicacions. Això suposa que ja no és vàlid el consentiment tàcit o per omissió. Has de tenir en compte aquest aspecte a l'hora de gestionar la base de dades de contactes a qui envies els teus butlletins perquè potser alguns els vas aconseguir mitjançant aquest tipus de consentiment no explícit, que podia ser vàlid fa anys, però ara ja no ho serà.

Aquest fet, que pot semblar un inconvenient per a la teva estratègia d'enviaments, en realitat és una molt bona oportunitat per establir bones pràctiques en l'enviament de newsletters. Els podem enviar un correu preguntant-los directament si els nostres continguts encara són del seu interès.

En aquest sentit, és molt recomanable treballar en la nostra base de dades de contactes periòdicament per tal de fer accions amb els nostres subscriptors que mai obren els nostres correus. Es tracta de reactivar l'interès dels subscriptors el compromís dels quals amb els nostres butlletins és baix o nul, enviant-los una campanya de re-compromís o *re-engagement*. Per exemple, els podem enviar un correu preguntant-los directament si els nostres continguts encara són del seu interès.

Així, donar de baixa els subscriptors que no tenen relació amb nosaltres no és fer un pas enrere, és una bona pràctica que ens permetrà millorar els resultats. Ens podem plantejar les accions que obligatòriament haurem de posar en pràctica per obtenir el consentiment exprés com una campanya de *re-engagement*. És probable que, després d'aquestes accions, la teva base de dades de subscriptors es redueixi, però aquest fet, lluny de ser un inconvenient et proporcionarà una base de dades més petita però molt més eficient, on els teus contactes seran més afins i estaran més compromesos amb la teva empresa. Per tant, els teus enviaments seran més efectius.

Hem d'admetre que el nombre de subscriptors no és senyal d'èxit en una campanya, ho és l'obertura del correu, els clics, les interaccions. Així, donar de baixa els subscriptors que no tenen relació amb nosaltres no és fer un pas enrere, és una bona pràctica que ens permetrà millorar els resultats.

Un altre aspecte positiu a tenir en compte és que milloraran les nostres estadístiques d'obertura i clics, i això té importància perquè la reputació dels nostres enviaments també es veurà augmentada. Tingues present que una mala reputació per part del teu remitent pot fer que els teus correus caiguin directament a la carpeta de correu no desitjat.

Aquest canvi legislatiu ens empeny a tenir bases de dades de més qualitat, a treballar d'una forma ètica. A més, això pot suposar un estalvi econòmic: a menys subscriptors, més barat pot ser el pla que tinguis contractat amb el teu proveïdor. Fins i tot genera un benefici ambiental per a l'estalvi en consum energètic i en ús de servidors, cables i tota la infraestructura que comporta l'era digital.

Així doncs, a partir de la regularització de la teva base de dades teva taxa d'obertura i el nombre de clics serà similar al que tenies abans. En unes setmanes tornaràs a tenir pràcticament el mateix trànsit i seràs conscient que perquè la teva base de dades sigui realment útil en la teva estratègia de màrqueting, has d'enviar continguts rellevants, has de segmentar, vigilar la freqüència d'enviaments, etc. És a dir, has de fer màrqueting de veritat. En resum, aquest canvi legislatiu ens empeny a tenir bases de dades de més qualitat, a treballar d'una forma ètica, i a fer que els consumidors només rebin informació de campanyes rellevants per a ells.

Lant assessora les instal·lacions juvenils

Per tal de facilitar l'adaptació als gestors de les instal·lacions juvenils, [ACCAC](#) recorda que compta amb un [acord](#) amb [Lant Advocats](#), un bufet de serveis jurídics i consultoria pioner en noves tecnologies i expert en l'assessorament legal en el tractament de dades personals. A través d'aquesta col·laboració, els socis poden tenir assessorament en la implantació del nou reglament, a través d'una aplicació en línia, i el servei també inclou una assegurança de sancions fins a 60.000 euros. Els interessats, només s'han de [posar en contacte amb l'Associació](#)

Font: [Pime al dia](#), [Tristán Elósegui](#)