

E-otseturustuse seire kokkuvõte

Andmekaitse Inspeksioon on alustanud e-otseturustuse juhise koostamist, mille eesmärgiks on anda selge ülevaade sellest, kuidas ja millistel tingimustel võib e-posti aadressidele reklaampakkumisi saata. Et välja selgitada, kuidas praktikas e-posti aadresside kogumine reklaampakkumiste saatmiseks käib, viis Andmekaitse Inspeksiooni I järelevalveosakond veebruaris 2011 läbi e-otseturustuse seire. Seire viidi läbi 25 ettevõtte seas, kes nende võrgulehtedel olevate andmete kohaselt tegelevad e-otseturustamisega.

Andmekaitse Inspeksiooni küsimustikule, mis samale 25-le seiratavale ettevõttele saadeti, vastas 4 ettevõtet.

Milliseid kontaktandmeid otseturustuseks kasutatakse?

Veebipõhise seire tulemusel selgus, et e-otseturustuse pakkujaid on suures plaanis kolme liiki. Ühed (2), kes pakuvad e-otseturustuse teenust eeldusel, et teenuse tellijal endal on kliendibaas olemas, teised (11), kellel on endal e-otseturustuseks kasutatavate aadressaatide kontaktid olemas ning kolmandad (11), kes ei ole avaldanud, kust andmed e-otseturustuse aadressaatide kohta saadakse. Üks ettevõtte pakkus võimalust saata reklaamkirju nii teenuse tellija enda kliendibaasis olevatele kontaktidele kui kasutada ka e-otseturustuse pakkuja andmebaasi. Ühel juhul on e-otseturustaja kodulehel kirjas, et reklaamkiri saadetakse juriidiliste isikute kontaktidele, kuid ebatäpselt on pandud kirja, kas nende ettevõtete kontaktid on e-otseturustajal endal olemas või peavad need kliendil olemas olema.

E-otseturustuse pakkujad, kellel on omal andmebaas olemas, pakuvad otsepostitusteenust 3 juhul ainult juriidiliste isikute kontaktandmetele saatmiseks. Nii füüsiliste kui ka juriidiliste isikute kontaktandmetele saadetakse reklaamkirju 6 ettevõtte poolt. Ainult füüsilisele isikule saadavad reklaamkirju 2 e-otseturustajat.

Küsimustikule vastanud ettevõtetest märkisid 3, et kasutavad e-otseturustuseks nii füüsilise, kui juriidilise isiku kontaktandmeid. Üks ettevõtte kasutab e-otseturustuseks ainult füüsilise isiku kontaktandmeid.

Otseturustuseks kasutatavate kontaktide hulk ja päritolu

Juriidiliste isikute kontaktide arv, mida otseturustuseks kasutatakse, varieerus ettevõtetelt 39 751-st kuni 50 000-ni. Üks e-otseturustaja on märkinud, et otseturustusel kasutatakse võrgulehel www.ariinfo24.ee olevat andmebaasi. Ülejäänud ettevõtted juriidiliste isikute kontaktide allikale viidanud ei ole. Küll aga on üks e-otseturustaja märkinud, et juriidiliste isikute kontaktid on saadud avalikust firmade kontaktibaasist.

Füüsiliste isikute kontaktide arv, mida otseturustuseks kasutatakse, varieerus ettevõtetelt 400 000-st kuni 650 000-ni. Enamik ei ole füüsiliste isikute kontaktide allikat märkinud. Küll aga on märgitud ühel juhul, et e-posti aadressid on kogutud aastatega legaalsel teel. Üks e-otseturustaja on märkinud, et inimesed on ise klubiga liitunud ja teinud oma kontaktandmed reklaami saamise eesmärgil e-otseturustajale teatavaks ning, et kõigi isikute nõusolekud on olemas. Lisaks kinnitab üks ettevõtja, et inimeste kontaktid on kogutud erinevate kampaaniate käigus.

25-st e-otseturustajast oli võimalus liituda e-otseturustaja enda võrgulehel postitusnimekirjaga 9-1 juhul. Nendest 5 juures võis välja lugeda, et liitutakse e-otseturustaja enda uudiskirja listiga, st ei selgunud, et neid kontaktandmeid kasutatakse otseturustuse eesmärgil. Kahel juhul ei olnud üldse selgitatud, milleks postitusnimekirjaga liitunute kontaktandmeid kasutatakse. Kahel juhul nähtus võrgulehelt selgelt, et postituslistiga ühinenud isikute kontaktandmeid kasutatakse otseturustuse eesmärgil. Üks e-otseturustaja oli võrgulehele väga põhjalikult kirja pannud ka tingimused ja reeglid, millega postituslistiga liituja peab arvestama.

Eraldi postituslistidest lahkumisvõimaluse otse võrgulehel on võimaldanud eelnimetatud 9-st e-otseturustajast kaks.

Küsimustikule vastanud ettevõtetest 3 märkisid, et aadressaadid on ise andnud e-otseturustajale oma kontaktandmed. Üks ettevõtte saadab e-kirju Elioni või mail.ee (Everyday) keskkonna kaudu. Üks ettevõtte märkis, et kasutab kontaktide leidmiseks ka Äriregistri infosüsteemi. Kolm ettevõtjat küsimustikule vastanutest kogus kontaktandmeid ka koolitustel või messidel. Üks ettevõtte märkis, et inimesed on andnud neile oma nõusoleku kolmanda osapoole (Facebook) vahendusel. Facebookis on ettevõtte poolt koostatud mõned meelelahutusliku sisuga rakendused ja mängud, mille kasutama hakkamisel küsitakse kasutajalt luba kasutada tema kontaktandmeid otseturustuseks. Kolm ettevõtet märkis, et neil on olemas kõigi aadressaatide nõusolekud, kaks täpsustasid, et nõusolekud on olemas elektroonilisel kujul. Üks e-otseturustaja märkis, et tal on olemas ainult füüsiliste isikute nõusolekud.

Kõik küsimustikule vastajad kinnitasid, et nad ei kogu e-posti aadresse Internetist ega kasuta otsingurobotit.

Kolm küsimustikule vastajat märgivad, et inimest teavitatakse tema kontaktandmete kasutamise eesmärkidest ja sellest, kellele andmete edastamine lubatud on juba andmete saamise ajal. Üks e-otseturustaja tõi eraldi välja, et klient nõustub postituslistiga liitumisel tingimustega, kus on kirjas ka kontaktandmete kasutamise eesmärgid. Üks ettevõtte märkis, et kontaktandmete kasutamise eesmärgid ja see, kellele andmete edastamine on lubatud, on neil märgitud kodulehel.

Kõik küsimustikule vastajad kinnitasid, et klienti teavitatakse igas talle saadetud reklaampakkumises, et tal on õigus edasistest pakkumistest loobuda. Loobumisõigust saab klient kõigil neljal juhul realiseerida vajutades kirja lõpus olevale (unsubscribe) lingile.

Teenused ja lisateenused, mida e-otseturustaja teenuse tellijale pakub

Puhtalt üksnes masspostituse tegemisele on spetsialiseerunud kõigest 2 ettevõtet (tugineb ettevõtte võrgulehel oleval informatsioonil). Mõned e-otseturustajad on eraldi välja toonud e-kirja koostamise ja kujundamise teenuse. Mitmed e-otseturustajad pakuvad tarbijamängude ja auhinnamängude korraldamist, sh sõbralt-sõbrale saadetud kampaaniate läbiviimist.

Eraldi pakutakse valdavalt e-posti listide filtreerimisvõimalusi, mille puhul on võimalik aadressaate mingite tunnuste alusel liigitada ja filtreerida. Juriidilisi isikuid on võimalik filtreerida näiteks asukoha, tegevusvaldkonna, ettevõtlusvormi, käibe, kasumi, bilansimahu, töötajate arvu, aga ka domeeni lõpu järgi. Füüsilisi isikuid on võimalik filtreerida näiteks linna, vanuse, soo, aga ka samuti domeeni lõpu järgi. Üks e-otseturustaja võimaldab füüsilisi

isikuid filtreerida ka näiteks keele, huvide ja paljude teiste kriteeriumide järgi. Üks e-otseturustaja pakub abi ka postitusnimekirja koostamisel.

Lisaks võimaldatakse statistika ja tulemuslikkuse analüüsi tegemist. Näiteks on võimalik tuvastada kampaania tulemuslikkus seeläbi, mitu „klikki“ kampaania raames teostatakse toodete või teenuste tellimiseks. Üks e-otseturustaja võimaldab välja selgitada isegi seda, millal e-kirju on kõige rohkem loetud, et teada mis päeval ja kellaajal peab e-kiri olema saadetud, et saavutada maksimaalne tähelepanu ja tulemus. Samuti kontrollivad mitmed e-otseturustajad enne e-kirja saatmist, millised kontaktid on üldse aktiivsed ja millised mitte ning testivad eelnevalt, kas e-kiri on üldse loetav kõikides enimkasutatavates e-posti programmides ega satu spämmi hulka. Üks e-otseturustaja kirjeldab tema poolt pakutava statistikaraporti kasutamise võimalusi (see annab ülevaate, kui palju kirju kohale toimetati, avati, klikiti lisatud lingil, kui palju oli kontakte, kellele e-kiri ei läinud kohale ehk kelle kiri saadeti serverist tagasi või oli postkasti täituvuslimiit ületatud, eraldi tuuakse välja need kontaktid, kes soovivad listist lahkuda). Eraldi on ühel juhul välja toodud võimalus analüüsida ka seda, kes kirja avas, kus „klikkimine“ toimus, mis edasi tehti (kes ostu sooritas, kaua aega kodulehel veedeti jne).

E-otseturustuseks kasutatav tarkvara

Otseturustuseks kasutatava tarkvara olid välja toonud 3 e-otseturustajat. Ära märgiti sellised programmid nagu CRM, DreamGrow, Sendmaily.

Küsimustikule vastanutest üks kasutab otseturustuseks omaloodud tarkvara, kaks kasutab Sendmaily tarkvara ja üks kasutab mail2market.net lahendust.

E-otseturustajate omad ettepanekud

On väga tervitatav, et kaks e-otseturustajat on saatnud Andmekaitse Inspektsioonile igati konstruktiivseid ettepanekuid. Lisaks pakutakse võimalust täiendavalt otseturustusega seonduvat kommenteerida. Alljärgnevalt on ettepanekud ära toodud:

1. Ettepanek:

Ettepanek töötava mudeli osas:

1. *Eraisikult loa küsimine*
 - a. *Eraisikult küsitud e-posti aadressile saadetakse täiendav salasõna või aktiveerimislink, selle salasõna (aktiveerimislingi) kasutamise, kinnitab isik, et tema on selle e-posti aadressi omanik.*
 - b. *Juhul kui kasutaja ei läbi täiendavat tuvastamist salasõna sisestamisega e-turunduse pakkuja keskkonnas või aktiveerimislingi klikkimisega, ei saa kindlalt väita, et selle e-posti aadressi sisestaja oli ka aadressi omanik, seega ei tohi neid andmeid kasutada.*
2. *Facebooki poolt antud luba*
 - a. *Isiku e-posti aadressi õigsust kinnitab kolmas osapool (Facebook), kes on salasõna või aktiveerimislingi näol selle protseduuri juba eelnevalt sooritanud ja isik jagab oma andmeid nende vahendusel.*
 - b. *Kolmas osapool (Facebook) teavitab eraisikut, et tema andmeid soovib kasutada ja salvestada ettevõtte x. Et tema e-posti aadressile võib ettevõtte x saata positsi. Eraisikul on võimalus kinnitada see soov ja jagada oma andmeid või keelduda, sellisel juhul andmeid ei edastata.*

3. *Postituse saatmisel lisatakse igale kirjale kohustuslik info*
 - a. *Päises: Isiku nimi, kellele postitus on adresseeritud*
 - b. *Jaluses: Info selle kohta, miks talle see postitus saadeti*
 - c. *Jaluses: Link veebilehele, kus tal on võimalus loobuda postituste saamisest edaspidi*

2. Ettepanek:

- 1) võtta vaatluse alla ka mobiiltelefonidele lühisõnumite saatmine;
- 2) ka juriidilistelt isikutelt peaks eelneva nõusoleku otseturustuseks küsima.

Koostaja:

Kristiina Laanest
I järelvalveosakonna vaneminspektor