

Warszawa, dn. 19.06.2024 r.

Udostępnianie danych osobowych partnerom biznesowym - praktyczne wskazówki dla deweloperów mieszkaniowych

Kompleksowa oferta – to oczekiwanie coraz większej liczby klientów pojawiających się w biurach sprzedaży dewelopera. Mieszkanie, wykończenie wewnątrz w oczekiwanym standardzie, dobra oferta kredytowa, ubezpieczenie, a w przypadku klientów zainteresowanych apartamentami inwestycyjnymi – również profesjonalna obsługa najmu krótkoterminowego – to komplet potrzeb klientów i jedno oczekiwanie: „oszczędność czasu”.

Czy mogę to wszystko u Państwa załatwić?

Aby twierdząco odpowiedzieć na to pytanie, deweloper powinien współpracować z zaufanymi partnerami. Taka współpraca – to świetne obopólne źródło leadów sprzedażowych – pod warunkiem, że obie strony dbają o jakość oferty i legalność procesu przetwarzania danych.

Klient, obsługiwany przez dewelopera, może przecież przeglądać katalogi różnych wykonawców oferujących pakiety wykończeniowe, określić maksymalną wysokość raty kredytu, która go interesuje, jednak nie oznacza to, że wszystkie te dodatkowe elementy oferty deweloper może zawrzeć w swojej w umowie z klientem.

Myśląc o kompleksowej ofercie, nie powinno się zapominać o bezpieczeństwie danych osobowych klienta, a także dbałości o legalność procesu ich przetwarzania.

Deweloper już od początku procesu obsługi klienta staje się administratorem danych osobowych. Przetwarza dane potencjalnego klienta w CRM, w telefonach służbowych handlowców, skrzynkach e-mail, a także w systemach do wysyłki newsletteru (jeśli posiada odpowiednią zgodę marketingową).

Doradzając naszym klientom, często powtarzamy, że zachowanie rozliczalności w zakresie podstaw prawnych przetwarzanych danych – to podstawa solidnej bazy w CRM.

Źródłem pozyskania potencjalnych klientów jest kilka. Począwszy od wizyty w biurze sprzedaży, kontaktu telefonicznego, kontaktu przez formularz czy czat na www.

Jak postępować, kiedy prośbę o kontakt z klientem przekazuje deweloperowi jego partner biznesowy (np. firma zajmująca się wykończeniem wewnątrz)?

Najrozsądniej już podczas pierwszej próby kontaktu z klientem zrealizować obowiązek informacyjny wynikający z art. 14 RODO. Oznacza to, że oprócz standardowych informacji jakie powinny znajdować się w klauzuli informacyjnej, wskazujemy dodatkowo na źródło pozyskania danych, tj. pełną nazwę przedsiębiorcy, który przekazał nam dane potencjalnego klienta. Klauzulę można załączyć do wiadomości mailowej lub w treści wiadomości zrealizować pierwszą warstwę obowiązku informacyjnego, a do pozostałej części skierować klienta poprzez link np. do polityki prywatności na www.

Deweloper powinien móc zawsze wykazać, na jakiej podstawie przetwarza otrzymane dane. Najczęstszą podstawą takiego udostępnienia danych – jest zgoda zainteresowanej osoby. W kontekście zgody na udostępnienie danych osobowych – „rozliczalność”, stanowi ubezpieczenie legalności procesu przetwarzania.

Nie wiemy dokładnie, dlaczego, ale słowo „zgoda” – najczęściej kojarzy się doradcom handlowym z dodatkową papierologią, która jak to mawiają: „potrafi zabijać proces sprzedaży”. Niestuszenie.

Zgodę na przekazanie danych można pozyskać w sposób naturalny, podczas komunikacji mailowej lub tuż po rozmowie telefonicznej – gdzie wiadomość mailowa może stanowić krótkie podsumowanie ustaleń. Przykład?

„Dziękuję za rozmowę i cieszę się na naszą współpracę. Wspominał Pan również, że w niedalekiej przyszłości poszukuje Pan apartamentu inwestycyjnego. Współpracujemy z XXXX z siedzibą przy ul. Testowej 123 w Warszawie. Czy mogę udostępnić Pana dane (imię, nazwisko, mail, telefon) przedstawicielowi handlowemu naszego partnera, byście Panowie mogli porozmawiać o dostępnych apartamentach w miejscowościach nadmorskich, o których Pan wspominał?”

Potwierdzenie klienta w postaci: „ok”, „oczywiście”, „jak najbardziej”, czy innych jednoznacznie twierdzących wyrażen w zupełności wystarczy. Taką wiadomość następnie partner dewelopera może zaadresować już bezpośrednio do handlowca, aby ten legalnie mógł podjąć pierwszy kontakt z nowym, potencjalnym klientem.

W tym miejscu należy wyraźnie podkreślić, że w powyższy sposób pozyskana została zgoda na udostępnienie danych deweloperowi w celu przedstawienia oferty. Nie jest to jednak zgoda, która pozwala na dodanie takiego klienta do bazy newsletterowej i wysyłanie cyklicznie informacji handlowych. Jeśli kontakt był nieudany, nie doszło ostatecznie do zawarcia umowy, a w procesie sprzedażowym deweloper nie pozyskał zgody marketingowej – możliwości kontaktu handlowego kończą się.

Podobne zasady obowiązują w drugą stronę, czyli w sytuacji, kiedy to deweloper chce udostępnić dane swojego klienta partnerowi.

Mimo że może wydawać się, że przecież w rozmowie wszystko zostało ustalone i potwierdzone – należy pamiętać o tym, że przecież klient może interesować się nie tylko naszą ofertą i czasem bardzo świadomie zada pytanie: „skąd Państwo macie moje dane?”

Opisane powyżej sytuacje, pokazują raczej incydentalne udostępnianie danych. Coraz częściej obserwujemy jednak na rynku nieruchomości porozumienia w zakresie wzajemnego pozyskiwania klientów, które stanowią ważną część umowy współpracy z partnerem dewelopera, bądź wręcz odrębną umowę regulującą zasady pozyskiwania leadów.

O jakie zapisy zadbać w umowie współpracy, by mieć pewność, że otrzymujemy i przekazujemy dane osobowe, zapewniając podstawy prawne ich przetwarzania?

Przed wszystkim warto zobowiązać się umownie do udokumentowania faktu pozyskania zgody na udostępnienie danych osobowych. Niekoniecznie w postaci papierowych formatów do pozyskiwania zgód. Możemy załączyć do umowy instrukcję pozyskiwania zgody w trakcie komunikacji mailowej, zgodnie z przykładem omówionym już powyżej.

Strony porozumienia mogą zobowiązać się również do realizacji obowiązków informacyjnych.

Jeśli dodatkowo umownie za pozyskanie „leada” przewidziano premię – co wymaga wzajemnego raportowania - również ten element warto obwarować umownie.

Zdarza się, że deweloper na start współpracy (a także w trakcie) wymienia z partnerem listę klientów, którzy są już w procesie obsługi u każdej ze stron – tak by uniknąć sytuacji zaliczenia na poczet celu klientów już wcześniej pozyskanych. Tu należy pamiętać, że taka operacja polega na przekazywaniu danych drugiej stronie i w tym przypadku konieczne będzie zawarcie umowy powierzenia danych dla tej czynności.

Proces sprzedaży, jest kluczowym procesem dla dewelopera. Warto rozpisać wszystkie źródła pozyskiwania danych, zweryfikować podstawy prawne ich przetwarzania i zaplanować pracę w oparciu nie tylko o cele sprzedażowe, ale też w oparciu i w zgodzie z celami przetwarzania danych. Pozwoli to deweloperowi być zawsze gotowym, żeby odpowiedzieć na pytanie: „skąd mają Państwo moje dane?”.

Magdalena Jacolik – specjalistka ds. ochrony danych osobowych w iSecure Sp. z o.o.