

Часто задаваемые вопросы

о защите персональных данных

ORIFLAME
SWEDEN



Что такое европейский закон о защите данных?

Генеральный регламент о защите персональных данных (GDPR) вступает в силу на территории всего Европейского союза (ЕС) 25 мая 2018 года. Он распространяется на все компании и частных лиц, которые собирают, хранят и используют персональные данные граждан ЕС

Почему важна защита персональных данных?

Честная, тщательная и надежная обработка персональных данных рождает доверие. Твоя персональная группа, скорее всего, имеет высокие требования к аккуратности использования их персональных данных в связи с повышенным вниманием к данному вопросу в настоящее время. Кроме того Правила и условия и Политика конфиденциальности Oriflame обязывают соблюдать требования закона, который предписывает защиту прав на неприкосновенность частной жизни.

Что такое персональные данные?

Личные данные - это любая информация, относящаяся к живому человеку, независимо от того, касается ли это его частной, профессиональной или общественной жизни. Это может быть что угодно, начиная от имени,

фотографии, адреса, адреса электронной почты, банковских реквизитов, номера телефона, номера кредитной карты, сообщений на сайтах социальных сетей, медицинских и генетических записей, биометрических данных, расовых/этнических данных или компьютерных IP-адресов.

Что такое конфиденциальные персональные данные?

Существует также специальная категория персональных данных, известная как «конфиденциальные данные». Это информация о здоровье, расе, сексуальной ориентации, религии и политических убеждениях. Этот тип информации должен быть особо защищен, и такая информация может собираться и обрабатываться только при особых обстоятельствах, в соответствии с законом о защите данных. Лояльные клиенты/Консультанты Oriflame не должны собирать конфиденциальные данные.

Что такое обработка данных?

В целом, обработка данных относится к любой операции или набору операций, которые выполняются, используя персональные данные третьих лиц, в том числе сбор контактной информации, хранение, изменение, использование и удаление данных.

Какова разница между лицом (или компанией), контролирующим персональные данные, а именно контролёром, и лицом (или компанией), собирающим персональные данные, а именно обработчиком?

Контролёр персональных данных - это лицо (или компания), несущее ответственность за хранение и использование персональных данных. Контролёр персональных данных несёт серьезные юридические обязанности. Обработчик данных - это лицо (или компания), которое хранит или обрабатывает персональные данные от имени контролёра. Примеры типичных обработчиков данных - это внешние хранилища данных или облачные провайдеры, аналитики данных и компании по исследованию рынка.

Каковы риски в связи с несоблюдением закона о защите данных?

Органы, следящие за соблюдением закона о защите персональных данных могут выдать предупреждение, приостановить обработку данных (это означает, что некоторые необходимые для ведения бизнеса действия должны быть прекращены, например, продажа товаров) или наложить штраф. Самые большие штрафы за серьезные нарушения закона о защите данных могут составлять до 4% годового оборота, или максимум 20 миллионов евро.

Как обращаться с персональными данными

Мне пришла жалоба на то, что не были соблюдены правила Регламента о защите персональных данных, что мне делать?

Незамедлительно заявите о случае, написав на privacy@oriflame.com

Как долго мне следует хранить личные данные моих лояльных клиентов/Консультантов?

Закон о защите данных гласит, что личные данные могут храниться только до тех пор, пока это необходимо для достижения цели, с которой данные были собраны.

Персональные данные лояльных клиентов/Консультантов должны быть удалены после прекращения их отношений с Oriflame.

Со мной связался лояльный клиент/Консультант, запрашивающий доступ к своим данным, исправление или удаление своих личных данных. Что мне делать?

Лояльные клиенты/Консультанты имеют право доступа и/или изменения и удаления своих персональных данных в соответствии с законодательством ЕС о защите данных. Такие

запросы должны быть выполнены в течение 30 дней с момента их получения. Рекомендуем лояльным клиентам/Консультантам своей персональной группы самостоятельно контролировать объём информации, которую бы им хотелось бы получать по электронной почте и/или в SMS, изменяя настройки своего профиля на сайте Oriflame. Для этого также можно обратиться за помощью, написав на infolv@oriflame.com

Как изменять настройки своего профиля на сайте Oriflame?

Для того, что изменять настройки профиля, войди в свою учетную запись на сайте Oriflame (введя код лояльного клиента и пароль), затем перейди в раздел «Настройки моего профиля» - в выпадающем меню под твоим именем в правом верхнем углу экрана, затем нажми на «+», чтобы открыть подраздел «Настройки профиля». Для этого также можно обратиться за помощью, написав на infolv@oriflame.com

Утеря данных и меры наказания за нарушение безопасности персональных данных

Что такое нарушение безопасности персональных данных?

Нарушение безопасности персональных данных - это нарушение безопасности, которое приводит к случайному или незаконному уничтожению, потере, изменению, несанкционированному раскрытию или доступу к персональным данным, которые передаются или хранятся.

Например:

а. потеря (даже временная) или кража ноутбука, мобильного устройства, документов в бумажном виде, USB-накопителя или другого устройства хранения, содержащего личные данные.

б. непреднамеренная передача персональных данных постороннему лицу. Сюда относятся в том числе ситуации, когда электронные письма, текстовые сообщения или бумажные документы, содержащие личные данные, отправляются неверному получателю.

Какие шаги я могу предпринять для снижения риска нарушения данных?

Чтобы свести к минимуму риск нарушения безопасности персональных данных, необходимо

соблюдать лучшие методы обеспечения безопасности:

- начини с надёжного пароля (ИТ-специалисты рекомендуют комбинацию букв, цифр и специальных символов на сумму не менее 12 символов)
- не сообщай свой пароль никому
- никогда не используй один и тот же пароль несколько раз на разных ресурсах
- создай сложный код доступа к мобильному телефону (а не дату твоего рождения, к примеру)
- не оставляй компьютер или мобильные устройства без присмотра
- убедись, что никто другой не имеет доступа к вашему компьютеру (включая доступ к личным данным на нем)
- регулярно обновляй программное обеспечение, включая обновления для антивирусной защиты
- делай регулярные резервные копии твоих персональных данных
- убедись, что распечатки, содержащие личные данные, измельчаются
- не отправляй личные данные текстовыми сообщениями или по электронной почте;

- всегда сохраняй бдительность при просмотривании электронной почты. Если получаешь что-то подозрительное, удали письмо или перемести в папку нежелательной почты. НЕ открывай вложение подозрительных писем (если оно есть), не пересылай такое письмо другим и не отвечай его отправителю.

Что делать, если подозревается или было обнаружено нарушение персональных данных?

Об этом следует немедленно сообщить в компанию Oriflame, отправив электронное письмо по адресу privacy@oriflame.com. Это важно сделать очень быстро, потому что компании выделено очень ограниченное время - всего 72 часа - на расследование каждого случая и сообщать об этом инциденте в органы по защите данных.

Обязательства в связи с регламентом о защите персональных данных

Каковы ключевые принципы защиты персональных данных?

Ключевые принципы:

- Законность, справедливость и прозрачность. У каждого, кто этим занимается, должны иметься законные основания для сбора и использования персональных данных. Данные должны обрабатываться справедливо - то есть, согласно Регламенту о защите персональных данных, а также прозрачным способом - то есть, каждый, кто делится своими данными должен знать, каким образом будут использоваться его данные, с какой целью и кем именно.
- Определенная цель. Персональные данные могут быть собраны только для определенных, явных и законных целей и не должны обрабатываться таким образом, который несовместим с этими целями.
- Минимизация данных. Могут быть собраны только персональные данные, относящиеся к определенной цели, такие как адрес, способ оплаты и контактные данные, необходимые для обработки и доставки онлайн-заказа. Другие детали, такие как возраст, семейное положение, количество детей и т. д.,

которые не являются необходимыми для указанной цели, считаются неактуальными и не должны собираться.

- Точность. Персональные данные должны быть точными и, при необходимости, обновляться. Например, информация о клиенте должна быть обновлена, если произошли изменения в адресе доставки, или, если клиент попросил удалить его из списка рассылки.
- Ограничение хранения. Персональные данные не должны храниться дольше, чем необходимо для цели, с которой они были первоначально собраны.
- Целостность и конфиденциальность. Персональные данные должны обрабатываться таким образом, чтобы обеспечить надлежащую безопасность, включая защиту от несанкционированной или незаконной обработки, а также от случайной потери, уничтожения или повреждения. Должны использоваться соответствующие технические или организационные меры.
- Подотчетность. Компания несет ответственность за демонстрацию примера соблюдения этих принципов.

Что мне нужно рассказать новым лояльным клиентам/Консультантам, когда я собираю их личную информацию?

Необходимо сообщить новому лояльному клиенту/Консультанту:

- Своё имя и контактные данные
- Какие персональные данные собираются
- Как персональные данные будут использованы
- Кому будут передаваться личные данные, и будут ли данные передаваться в страны за пределами ЕС
- Как долго планируется хранить собранные данные.

Каковы права консультантов в соответствии с законом о защите данных?

Лояльные клиенты/Консультанты имеют право:

- получить копию их персональных данных
- скорректировать их персональные данные
- передавать свои персональные данные из одной сервисной организации в другую («переносимость данных»)
- стереть личную информацию («право быть забытым»)
- ограничить обработку своих персональных данных

Маркетинг

У меня есть список имен (своя база данных) потенциальных лояльных клиентов/Консультантов и клиентов. Каковы мои обязанности в отношении этих персональных данных?

В этом случае также применяется закон о защите персональных данных. Необходимо сохранить эти данные как любые другие персональные данные.

Что такое прямой маркетинг?

Прямой маркетинг - это форма рекламы, используемая компаниями для прямого общения с клиентами по различным каналам, включая текстовые сообщения, электронную почту, веб-сайты, онлайн-рекламу, рассылка по базе данных, распространение листовок, каталога, рекламных писем, а также целевое телевидение, газеты и рекламные объявления в журналах и наружная реклама.

Могу ли я отправлять маркетинговую информацию своей персональной группе?

Отправлять маркетинговую информацию можно только тем лояльным клиентам/Консультантам своей персональной группы, которые дали свое согласие

на получение подобной информации. Если для рассылки маркетинговой информации ты используешь систему рассылки на сайте Oriflame, то твоя база данных лояльных клиентов всегда будет содержать актуальную информацию о получателях, а именно, рассылаемые тобой маркетинговые материалы будут получать только те люди, которые согласились на получение обновлений.

Что мне делать, если лояльный клиент/Консультант в моей персональной группе отказывается от своего согласия на получение маркетинга?

Не отправлять маркетинговые материалы.

Нужно ли мне составлять и хранить список с информацией о том, кто из лояльных клиентов/Консультантов моей персональной группы для согласие на получение маркетинговой информации?

Да, тебе нужно вести точный и регулярно обновляемый список людей, давших согласие на получение маркетинговой информации. Если для рассылки маркетинговой информации ты используешь систему рассылки на сайте Oriflame,

то твоя база данных лояльных клиентов всегда будет содержать актуальную информацию о получателях, а именно, рассылаемые тобой маркетинговые материалы будут получать только те люди, которые согласились на получение обновлений.

Если лояльный клиент/Консультант отозвал свое согласие на получение маркетинга, могу ли я связаться с ним, чтобы сообщить, что они отказались от получения новостей и уточнить, не хотят ли они снова подписаться на получение маркетинговой информации?

Нет, вы нельзя обращаться к лояльным клиентам/Консультантам, которые отозвали свое согласие на получение маркетинга. Это нарушит закон о защите персональных данных.

Как долго длится отказ от получения маркетинговой информации?

Отказ от получения маркетинговой информации не имеет срока годности. Это длится до тех пор, пока само лицо не изменит свои заявленные маркетинговые предпочтения.

Что мне делать с моей персональной группой, которой я обычно отправляю рекламные предложения?

Если для рассылки маркетинговой информации ты используешь систему рассылки на сайте Oriflame, то твоя база данных лояльных клиентов всегда будет содержать актуальную информацию о получателях, а именно, рассылаемые тобой маркетинговые материалы будут получать только те люди, которые согласились на получение обновлений.

Если лояльный клиент/Консультант отказался от получения какой-либо маркетинговой информации, мне не разрешено отправлять им информацию об акциях и лучших предложениях (в виде сообщений по электронной почте или SMS). Могу ли я по-прежнему отправлять им другую информацию, связанную с их работой в Oriflame?

Да, отчет об эффективности является частью ведения бизнеса с Oriflame.