

The logo consists of a white rounded square with a folded top-right corner, containing the text 'hello dialog' in a lowercase, sans-serif font. The background of the entire page is a vertical gradient from magenta at the top to cyan at the bottom.

hello  
dialog

eBook

**E-mailmarketing en de AVG:  
Ben jij al voorbereid?**

# Colofon

Auteur: Martijn Berns

Ontwerp: Dave Hoeks

Uitgever: Hellodialog

Is e-mail voor jouw organisatie ook een onmisbaar marketingkanaal? Dan krijg je te maken met de veranderde privacywetgeving. Lees er alles over in deze kersverse whitepaper, inclusief checklist zodat je volledig voorbereid bent.



Phoenixstraat 4  
2011 KC Haarlem  
Nederland

[www.hellodialog.com](http://www.hellodialog.com)

023 - 53 22 608

# Samenvatting

Op 25 mei 2018 doet de AVG-wetgeving zijn intrede. Dit brengt nogal wat veranderingen teweeg. Je kunt immers niet zomaar meer aan de haal gaan met persoonsgegevens. Vanuit e-mailmarketingperspectief merkten wij dat er een grote vraag naar duidelijkheid is. Hoe zorg je er nu voor dat je juist ook op het gebied van e-mailmarketing goed voorbereid bent op wat er die vijftiengste van mei komen gaat?

Om die vraag te beantwoorden, bieden wij je vanuit Hellodialog deze whitepaper inclusief checklist aan. We gaan dieper in op het begrip AVG en geven je de tools en handvatten om goed voorbereid te zijn. Zo weet je zeker dat je voor wat betreft e-mailmarketing aan de AVG voldoet!

Hulp nodig of wil je na het lezen van de whitepaper meer informatie? Onze specialisten staan altijd voor je klaar. Neem contact met ons op via [contact@hellodialog.com](mailto:contact@hellodialog.com) of 023-5322608. Met Hellodialog weet je zeker dat jouw e-mailmarketing AVG-proof is!

# Contents

<b>Inleiding</b>	<b>4</b>
<b>Hoofdstuk 1 Wat is de AVG?</b>	<b>5</b>
1.1 E-mailmarketing en opt-in	5
1.2 Persoonsgegevens en de verwerking ervan	5
1.3 Profielen en segmentatie	6
1.4 Waarom is de AVG dan toch van belang voor e-mailmarketing?	7
1.5 Welke bepalingen moet je aan voldoen?	7
<b>Hoofdstuk 2 AVG-topics en bijbehorende checklist</b>	<b>8</b>
2.1 Transparantie	8
2.2 Privacyrechten contacten uit je database	9
2.3 Dataminimalisatie	10
2.4 Verwerkersovereenkomst	10
2.5 Beoordelen van de (verwerker) e-mail service provider	11

# Inleiding

Onzeker of jouw bedrijf wel voldoende voorbereid is op de naderende AVG-wetgeving? Zoals je waarschijnlijk al hebt gelezen, zijn de boetes voor de overtredingen niet mis. Onder het motto 'beter voorkomen dan genezen', bieden we je hierbij een checklist aan om er zeker van te zijn dat jij van A tot Z bent voorbereid op hetgeen dat komen gaat. Laten we beginnen met wat de AVG is en hoe dat van toepassing is op e-mailmarketing.

# Hoofdstuk 1 Wat is de AVG?

**D**e Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) is de vervanger van de Wet Bescherming Persoonsgegevens (WBP). Deze tweede stamt uit 2001 en is inmiddels wat gedateerd. In de tussentijd heeft alles dat met online te maken heeft een vlucht genomen. Wat in 2001 als veilig gold, geldt niet meer in 2018. Vandaar dat de gehele Europese Unie besloot hier verandering in te brengen en de AVG (in het Engels GDPR) op te stellen. De twee belangrijkste consequenties hiervan:

1. Privacyrechten worden versterkt en uitgebreid;
2. Organisaties dragen een grotere verantwoordelijkheid.

Laten we starten met wat er niet verandert:

## 1.1 E-mailmarketing en opt-in

Allereerst zetten we graag een misverstand recht: de AVG zegt niks specifiek over e-mailmarketing. Het woord 'e-mail' komt er niet in voor en de AVG zegt dan ook niks over toestemming voor e-mailmarketing via de zogenaamde opt-in. Dit is jaren geleden al geregeld in de Telecomwet, die sindsdien van toepassing is in Nederland.

Ja ik ontvang graag de nieuwsbrief van Hellodialog

In die wet werd vastgesteld dat je een geldige opt-in nodig hebt, zodra je een commerciële e-mailing wilt versturen. We hebben hier in het verleden al verschillende blogs over geschreven, die je vindt op het [kennisgedeelte](#) van onze website.

## 1.2 Persoonsgegevens en de verwerking ervan

De AVG is van toepassing op het verwerken van persoonsgegevens. Gezien een e-mailadres persoonlijk is, valt deze daarom onder die persoonsgegevens. Gebruik hiervan (en het verwerken in een database) is dus onderhevig aan de AVG-wetgeving. Net zoals het verwerken van andere persoonsgegevens, als naam, geslacht, locatiegegevens en geboortedatum.

Echter, het verwerken van persoonsgegevens met als doel e-mailmarketing te

bedrijven is wél toegestaan. Eén van de grondslagen die genoemd wordt in de AVG is 'gerechtvaardigd belang'. In artikel 6 van de AVG staat het volgende over gerechtvaardigd belang:

De verwerking van persoonsgegevens ten behoeve van direct marketing kan worden beschouwd als uitgevoerd met het oog op een gerechtvaardigd belang.

Omdat je met het verwerken van persoonsgegevens voor e-mailmarketing de privacy raakt van de contacten in je database, moet je wel een afweging maken wat de privacy-impact is voor deze contacten. Wij zijn van mening dat de impact op privacy erg laag is en dat commerciële belangen aanzienlijk zijn. Je helpt je klanten beter door het verstrekken van relevante informatie, dan generieke en onpersoonlijke e-mails.

**Voor de AVG hoef je dus geen toestemming te vragen om persoonsgegevens te verwerken voor e-mailmarketing.**

Je hebt echter wel, zoals ook voor de AVG, opt-in nodig voor de e-mailcampagnes zelf.

### **1.3 Profielen en segmentatie**

---

Onder de AVG mag je nog steeds de profielen van je contacten verrijken met onder andere open- en klikgedrag. Ook mag je de contacten vragen naar hun voorkeuren (bijvoorbeeld: bepaalde productcategorieën) of deze opslaan op basis van klikgedrag in de e-mailcampagnes. Wel moet je mensen in je privacyverklaring melden dát je dit doet.

Je mag deze informatie dan ook gebruiken voor het maken van segmenten. Sterker nog, dat is de basis van goede e-mailmarketing en wij adviseren dan ook sterk om dit te blijven doen. Jouw relaties ontvangen liever relevante informatie dan algemene, irrelevante mailings. Dit valt allemaal onder het gerechtvaardigd belang van direct marketing.

De grens ligt bij de opt-in. Als mensen jou opt-in gaven voor een wekelijkse nieuwsbrief met besparingstips voor energie, dan mag je dat wel segmenteren naar bijvoorbeeld ondernemers en consumenten, maar je mag de ondernemers geen informatie over het oprichten van een bv gaan sturen. Daar hebben ze immers geen opt-in voor gegeven.

Samengevat: Je mag je contacten gewoon blijven benaderen met mooie e-mailmarketing. Ook met behulp van verrijking en segmenten.

## 1.4 Waarom is de AVG dan toch van belang voor e-mailmarketing?

De aangescherpte wetgeving rondom de verwerking van persoonsgegevens bestaat om de privacy van EU-burgers beter te beschermen. Door de AVG krijgen mensen meer grip op wat er met hun gegevens gebeurt. Ze moeten dus kunnen weten wat je precies doet en de mogelijkheid hebben daar bezwaar tegen te maken.

Een e-mailadres is, zoals gezegd, een persoonsgegeven en aangezien je in jouw e-mail service provider die persoonsgegevens verwerkt, moet je aan de bepalingen van de AVG voldoen. Het is helaas wat het is, maar we maken het je wel graag zo makkelijk mogelijk.

## 1.5 Welke bepalingen moet je aan voldoen?

Die zetten we in deze whitepaper uiteen, gecombineerd met een duidelijke en overzichtelijke checklist. Loop simpelweg de stappen door, voer ze uit en je hebt AVG-proof e-mailmarketing!

*Let op: AVG heeft een brede scope en e-mailmarketing is hier slechts één onderdeel van. Houd er rekening mee dat je op meer plekken in je organisatie te maken hebt met het verwerken van persoonsgegevens en dus de bepalingen van de AVG.*

### **Disclaimer**

We hebben deze whitepaper met veel zorg en overleg met onze juristen opgesteld. Omdat de daadwerkelijke controle en naleving van de AVG onderhevig is aan interpretatie, kun je geen rechten ontleen aan de inhoud van deze whitepaper. Beschouw het als richtlijn en bepaal zelf hoe jij vindt dat de AVG-bepalingen geïnterpreteerd moeten worden. Bespreek dit zo nodig met adviseurs.



# Hoofdstuk 2 AVG-topics en bijbehorende checklist

**W**e focussen ons in dit hoofdstuk op de belangrijkste onderwerpen van de AVG, die van toepassing zijn op e-mailmarketing. Je leest hier om welke topics dit gaat, waar je rekening mee moet houden en hoe je dit kunt doorvoeren. In het kort zijn dit:

1. Transparantie
2. Privacyrechten contacten uit je database
3. Dataminimalisatie
4. Verwerkersovereenkomst
5. Beoordeling van de verwerker Hellodialog

## 2.1 Transparantie

---

Transparantie is een van de belangrijkste onderdelen van de AVG. Vandaar dat we ook starten met dit punt op onze checklist. Je moet als organisatie namelijk transparantie tonen door te laten zien dat je maatregelen hebt getroffen in je bedrijfsvoering. E-mailmarketing is hier natuurlijk een onderdeel van. Maar hoe toon je die transparantie in je e-mailmarketing?

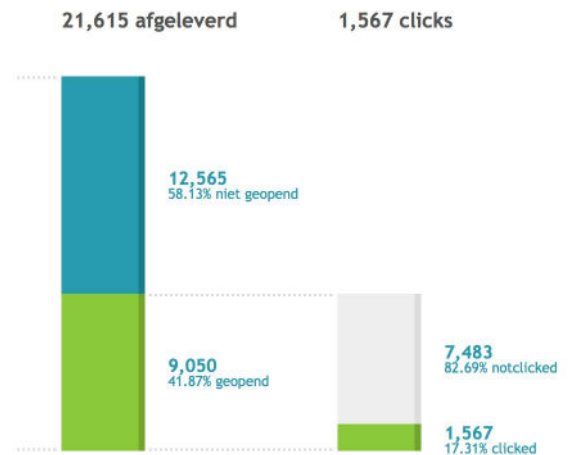
- **Gebruik de volledige checklist uit deze whitepaper:** documenteer wat je hiervan uitvoert en hoe je dat hebt gedaan. Dit neem je op in het 'verwerkingsregister' waarin je ieder gebruik van persoonsgegevens binnen je organisatie documenteert.
- **Zorg voor een duidelijk e-mailmarketingplan:** hierin beschrijf je wat je wilt bereiken met e-mailmarketing, welke persoonsgegevens daarvoor nodig zijn en hoe je deze vervolgens gebruikt om je bedrijfs-/marketingdoelstellingen te behalen. Dit maakt logischerwijs onderdeel uit van een groter marketingplan, waarin je alle marketing van jouw bedrijf beschrijft.
- **Sluit een verwerkersovereenkomst af met jouw e-mail service provider:** meer informatie hierover vind je onder topic vier: Verwerkersovereenkomst. Ben jij klaar voor de volgende stap in e-mailmarketing? Ga de samenwerking aan met Hellodialog en ontvang een AVG proof verwerkersovereenkomst!
- **Pas je privacy statement aan:** hierin formuleer je duidelijk en transparant wat jouw

organisatie met persoonsgegevens doet. Hieronder vind je meer informatie over de privacy statement.

### Privacy statement

Met dit belangrijke instrument laat je onder andere aan je contacten zien wat je met persoonsgegevens doet. Het is daarom van belang deze volledig strak te trekken. Maak in je privacy statement transparant wat je met klantgegevens doet en wat het commerciële belang is. Hiermee toon je aan dat de privacyimpact klein is en de commerciële belangen groot. Benoem tevens waar je de gegevens verder voor gebruikt en hoe lang je ze bewaart.

Bovenstaande regels zijn wettelijke eisen uit de AVG. Pas ze toe op jouw eigen manier en sluit dit kort met jouw juridische adviseurs. Zo ben je verzekerd van een transparante en doeltreffende privacyverklaring. Verwijs tijdens het opt-in proces ook altijd naar je privacy statement.



## 2.2 Privacyrechten contacten uit je database

Door de AVG hebben personen in jouw database versterkte en uitgebreidere privacyrechten. De checklist bestaat voor dit onderwerp uit drie punten.

- **Voorzie je consumenten van het recht van inzage:** als een consument om inzage van zijn persoonsgegevens vraagt, dan moet jouw organisatie op een duidelijke en begrijpelijke manier laten weten voor wat voor doeleinden deze gegevens gebruikt worden.
- **Houd rekening met recht op dataportabiliteit:** dit houdt in dat consumenten het recht hebben om de persoonsgegevens te ontvangen die jouw organisatie van hen heeft.
- **Draag zorg voor het recht van jouw klanten om volledig verwijderd te worden:** consumenten kunnen om verwijdering van hen persoonsgegevens vragen wanneer deze bijvoorbeeld onjuist of onvolledig zijn.

## 2.3 Dataminimalisatie

---

Onder de AVG mag je niet meer zomaar alle gegevens verzamelen die er voor handen zijn. Met dataminimalisatie wordt bedoeld dat je zo min mogelijk gegevens op moet slaan. Voorkom dus de opslag van data die je niet nodig hebt. Vraag bijvoorbeeld niet naar iemands voorkeuren, zonder dat je daar een doel voor hebt en zonder dat je die daadwerkelijk ergens voor gebruikt. Gebruik vooral ook het eerdergenoemde e-mailmarketingplan als basis om te laten zien welke gegevens je nodig hebt om je doelen te behalen. Waar je verder aan moet denken bij dataminimalisatie:

- **Controleer ruim vóór 25 mei of je persoonsgegevens in jouw e-mail service provider hebt staan die je niet gebruikt:** verwijder deze gegevens
- **Houd rekening met bewaartermijnen:** in de bijlagen van de Verwerkersovereenkomst vermelden we vanuit Hellodialog de gebruiks- en bewaartermijnen van verschillende soorten persoonsgegevens. Klik- en opengedrag maken wij anoniem na 12 maanden. Je kunt daarna nog wel zien dat er geklikt is, maar niet door wie.
- **Vermijd opslag van bijzondere persoonsgegevens:** wij adviseren je dringend om persoonsgegevens die in de AVG onder “bijzondere persoonsgegevens” worden genoemd, niet op te slaan in jouw e-mail service provider. Denk hierbij aan meer gevoelige gegevens zoals iemands ras, godsdienst, seksuele leven, politieke opvatting en gezondheid.
  - De AVG biedt hiervoor een hoge mate van bescherming en hiervoor is expliciete toestemming nodig van de betreffende personen!

## 2.4 Verwerkersovereenkomst

---

- **Sluit een verwerkersovereenkomst af met jouw e-mail service provider:** ben jij klaar voor de volgende stap in e-mailmarketing? Ga de samenwerking aan met Hellodialog en ontvang een AVG proof verwerkersovereenkomst!
- **Werk je ook met een andere externe partij, sluit dan ook met deze partij een verwerkersovereenkomst af:** laat jij jouw e-mailmarketing (deels) uitvoeren door een externe partij? Dan dien je ook met deze partij een aparte verwerkersovereenkomst af te sluiten.
- **Laat je een derde partij de koppeling ‘hosten’?** Ook voor deze partij moet je een verwerkersovereenkomst sluiten. Denk hierbij aan de hard- en software die de

koppeling mogelijk maken. Deze zijn eigendom van de derde partij, namelijk de hostingpartij.

## 2.5 Beoordelen van de (verwerker) e-mail service provider

---

Wanneer je werkt met de software van een e-mail service provider, ben je verplicht te controleren en te beoordelen of er passende technische en organisatorische maatregelen worden getroffen om de persoonsgegevens in de software te beveiligen. Bij Hellodialog nemen wij de volgende maatregelen:

- 1. Veiligheid staat hoog in ons vaandel:** we hebben voortdurend aandacht voor de veiligheid van onze systemen, waarin jouw data wordt opgeslagen. In de AVG-sectie van het Help & Service-gedeelte in de applicatie, plaatsen we documentatie die jou helpt aan de AVG-bepalingen te voldoen
- 2. We werken met het Privacy Waarborgkeurmerk van de DDMA:** hiermee tonen we aan dat we goed met privacy en persoonsgegevens omgaan. We hebben richtlijnen en procedures met betrekking tot veiligheid, waaraan alle medewerkers moeten voldoen.
- 3. Hellodialog werkt met een Data Protection Officer:** deze houdt toezicht op naleving van de AVG door de gehele organisatie.
- 4. Al onze software en infrastructuur is in eigen beheer:** we slaan de data op in Europa en houden zo zicht op onze eigen gegevens.

Door alle bovenstaande maatregelen is de kans op een datalek bijzonder klein. Mocht dit toch voorkomen, dan zullen wij direct contact met de betrokkenen opnemen, zodat zij aan verplichting tot melden van een datalek kunnen voldoen. Zie hiervoor ook artikel 4 in de Verwerkersovereenkomst.

We hopen dat je door het lezen van deze whitepaper inzicht hebt gekregen in de AVG en de gevolgen daarvan voor e-mailmarketing. Met Hellodialog zit je wat de AVG betreft altijd goed. Wil jij AVG proof zijn en het maximale uit e-mailmarketing halen? Laat Hellodialog je begeleiden naar meer conversies! Neem direct contact op met:

Martijn Berns

023 - 53 22 608.

[contact@hellodailog.com](mailto:contact@hellodailog.com)

