

TEST LEGITIMNOG INTERESA (TLI) o obradi osobnih podataka ispitanika

Ovim testom legitimnog interesa (dalje: „TLI“) ReadyScale, obrt za usluge, vl. Pavel Beljan, Zagreb, Gajnice 5, OIB: 81487689071 (dalje u tekstu: „**Voditelj obrade**“) dokumentira opravdanost i zakonitost obrade osobnih podataka ispitanika u svrhu obrade osobnih podataka koji bi mogli biti sadržani u poslovnim e-mail adresama prikupljenih s LinkedIna i sudskog registra radi slanja promotivnih e-mailova Voditelja obrade (cold mail).

Ovaj TLI sastavljen je sukladno Uredbi (EU) 2016/679 (dalje: „**GDPR**“).

I. DIO – TEST SVRHE

Morate procijeniti postoji li legitimni interes iza obrade.

1. Zašto želite obraditi podatke?
2. Kakvu korist očekujete od obrade?
3. Imaju li neke treće strane koristi od obrade?
4. Postoje li šire javne koristi od obrade?
5. Koliko su važne koristi koje ste identificirali?
6. Kakav bi bio učinak da ne možete nastaviti s obradom?
7. Usklađujete li se s nekim posebnim pravilima o zaštiti podataka koja se primjenjuju na vašu obradu (npr. uvjeti za profiliranje ili propisi o e-privatnosti)?
8. Usklađujete li se s drugim relevantnim propisima?
9. Usklađujete li se s industrijskim smjernicama ili kodeksima prakse?
10. Postoje li neki drugi etički problemi s obradom?

1. Prikupljamo osobne podatke ispitanika zaposlenih u pravnim osobama u njihovom poslovnom svojstvu kako bi kontaktirali potencijalne klijente i partnere. Cilj je promicanje proizvoda i usluga te povećanje vidljivosti na tržištu.
2. Očekujemo povećanje poslovne prilike, rast prodaje i proširenje baze klijenata. Slanje promotivnih e-mailova može rezultirati novim poslovnim suradnjama, većim prihodima i jačanjem prisutnosti na tržištu.
3. Koristeći *mass mailing* servis treće strane imaju koristi jer tim putem ostvaruju dobit kroz naplatu usluga slanja e-mailova. Osim toga, koristi mogu imati i potencijalni klijenti koji će biti informirani o relevantnim uslugama koje im mogu biti od koristi.
4. Šire javne koristi su ograničene jer se radi o B2B komunikaciji. Međutim, indirektno, ovakva komunikacija može doprinijeti poboljšanju poslovne ponude na tržištu, podržavajući konkurenciju i inovacije koje mogu koristiti poslovnom sektoru općenito.
5. Koristi su značajne za rast i održivost Voditelja obrade. U današnjem konkurentnom poslovnom okruženju, uspostavljanje kontakta s potencijalnim klijentima i partnerima ključno je za povećanje prihoda i dugoročni poslovni uspjeh.
6. Ako se obrada ne može provesti, Voditelj obrade bi bio ograničen na druge, često skuplje i manje učinkovite načine kontaktiranja potencijalnih klijenata, poput plaćenog oglašavanja ili telefonskih poziva. To bi smanjilo prilike za poslovni rast i moglo negativno utjecati na konkurentnost Voditelja obrade.
7. Ne. Ovakvu obradu smo ovlašteni pružati prema pravnim osobama sukladno čl. 50. st. 4. Zakona o elektroničkim komunikacijama samo pravnim osobama u svrhu izravne promidžbe.
8. Voditelj obrade je u obvezi pridržavanja Zakona o elektroničkim komunikacijama koji propisuje obavještanje korisnika i omogućavanje opt-out opcija.
9. Nismo u obvezi pridržavanja posebnih smjernica i kodeksa ponašanja.
10. Ne postoje etički problemi u pogledu obrade osobnih podataka.

II. DIO – TEST NUŽNOSTI

Morate procijeniti je li obrada nužna za svrhu koju ste identificirali.

1. Hoće li vam ova obrada zapravo pomoći da postignete svoju svrhu?
2. Je li obrada razmjerna toj svrsi?
3. Možete li postići istu svrhu bez obrade?
4. Možete li postići istu svrhu obradom manje podataka ili obradom podataka na očitiji ili manje nametljiv način?

1. Ova obrada jedina Voditelja obrade vodi do postizanja svrhe obrade – omogućuje izravan kontakt s potencijalnim klijentima i poslovnim partnerima. U kontekstu poslovnog marketinga, cold mailovi su učinkovit neinvazivan način za dosezanje publike koja možda nije svjesna ponude Voditelja obrade.
2. Obrada je proporcionalna svrsi obrade jer uključuje samo prikupljanje poslovnih e-mail adresa, radnih mjesta, imena i prezimena, koje su javno dostupne na profesionalnim mrežama poput LinkedIna i u sudskom registru. Ne prikupljaju se dodatni osobni podaci niti se obrađuju privatne e-mail adrese.
3. Ne može se postići ista svrha bez prikupljanja tih konkretnih osobnih podataka.
4. Ne može se postići ista svrha s prikupljanjem manje podataka nego što se prikuplja niti na drugi način jer bi se tada zahtijevalo od potencijalnih klijenata da sami iniciraju kontakt.

III. DIO – TEST RAVNOTEŽE

Morate razmotriti utjecaj na interese i prava i slobode pojedinaca te procijeniti da li to ima prednost nad vašim legitimnim interesima.

Priroda osobnih podataka
<ol style="list-style-type: none">1. Radi li se posebnoj kategoriji podataka ili podacima o kaznenim djelima?2. Radi li se o podacima koje će ljudi vjerojatno smatrati posebno „privatnim“?3. Obradujete li podatke djece ili podatke koji se odnose na druge ranjive osobe?4. Radi li se o podacima o ljudima u njihovom osobnom ili profesionalnom svojstvu?
<ol style="list-style-type: none">1. Ne obrađuju se osjetljivi osobni podaci niti podaci o kaznenim osudama i kažnjivim djelima. Obrada uključuje poslovne e-mail adrese koje su prikupljene s javno dostupnih izvora kao što su LinkedIn i sudski registar.2. Ne radi se o podacima koje ljudi smatraju osobito “privatnima”.3. Ne obrađujemo podatke djece. Fokus je isključivo na poslovnim kontaktima odraslih osoba koje predstavljaju osobe, društva ili organizacije u profesionalnom svojstvu.4. Radi se o podacima osoba u poslovnom odnosno profesionalnom svojstvu.
Razumna očekivanja
<ol style="list-style-type: none">1. Imate li postojeći odnos s osobom?2. Kakva je priroda odnosa i kako ste koristili podatke u prošlosti?3. Jeste li podatke prikupili izravno od pojedinca? Što ste im tada rekli?4. Ako ste podatke dobili od treće strane, što su rekli pojedincima o ponovnoj upotrebi od strane trećih strana u druge svrhe i odnosi li se to na vas?5. Prije koliko vremena ste prikupili podatke? Ima li od tada ikakvih promjena u tehnologiji ili kontekstu koje bi utjecale na očekivanja?6. Je li vaša namjeravana svrha i metoda široko razumljiva?7. Namjeravate li učiniti nešto novo ili inovativno?8. Imate li ikakve dokaze o očekivanjima – npr. iz istraživanja tržišta, od ciljnih skupina ili drugih oblika savjetovanja?9. Postoje li neki drugi čimbenici u određenim okolnostima koji znače da oni bi ili ne bi očekivali obradu?

1. Voditelj obrade nema postojeći odnos s ispitanikom jer se radi o cold mailovima, gdje se prvi kontakt ostvaruje putem e-maila, na temelju javno dostupnih poslovnih kontakata s LinkedIna ili sudskog registra.
2. Priroda odnosa je potencijalno poslovna. Ako su podaci možda bili korišteni u prošlosti, bilo je to za uspostavljanje isključivo poslovne komunikacije..
3. Ne, podaci nisu prikupljeni izravno od pojedinca, već s javno dostupnih izvora poput LinkedIna i sudskog registra. Prilikom prikupljanja tih podataka, osoba nije obaviještena izravno jer su e-mailovi već javno objavljeni kao kontakt informacije za profesionalnu komunikaciju.
4. Podatke smo prikupili s LinkedIna i sudskog registra i u našem prvom mailu ćemo ih obavijestiti o istome i uputit ćemo ih na našu Politiku Privatnosti.
5. Podatke prikupljamo neposredno prije slanja promidžbene poruke. Od tada nema nikakvih promjena u tehnologiji ili kontekstu koje bi utjecale na očekivanja ispitanika.
6. Naša svrha i način prikupljanja osobnih podataka su široko razumljivi, a ispitanici su svjesni svrhe i načina prikupljanja podataka. Svrha slanja cold mailova je općenito dobro poznata i široko prihvaćena praksa u poslovnom svijetu.
7. Ne namjeravamo napraviti nešto novo već isključivo provodimo uobičajena marketinšku strategija u B2B sektoru, a koristi se za izravnu komunikaciju i predstavljanje ponuda potencijalnim klijentima.
8. Nemamo posebnih dokaza o razumnim očekivanjima pojedinaca. Međutim, za očekivati je kako primatelji poslovnih e-mailova često očekuju ovakav oblik komunikacije, posebno kada su poslovni kontakti javno dostupni.
9. Ne postoje čimbenici zbog kojih osobe ne bi očekivale da se njihovi podaci prikupljaju jer je razumno očekivati obradu podataka nakon javnog objavljivanja poslovnog kontakta.

Vjerojatni utjecaj

1. Koji su mogući utjecaji obrade na ljude?
2. Hoće li pojedinci izgubiti bilo kakvu kontrolu nad korištenjem njihovih osobnih podataka?
3. Koja je vjerojatnost i ozbiljnost bilo kakvog negativnog utjecaja?

4. Hoće li neki ljudi vjerojatno prigovoriti obradi ili ju smatrati nametljivom?
5. Biste li rado objasnili obradu pojedincima?
6. Možete li usvojiti bilo kakve zaštitne mjere za smanjenje utjecaja?

1. Učinci na ispitanike su omogućavanje povezivanja s potencijalnim klijentima i partnerima koji možda nisu svjesni proizvoda ili usluga koje Voditelj obrade nudi. To može povećati poslovne prilike i dovesti do novih suradnji. Nema razloga očekivati negativne učinke od procesa obrade osobnih podataka u predmetnu svrhu. Predmetnom obradom osobnih podataka ne stvara se nikakva druga baza podataka ispitanika.
2. Nakon što se od ispitanika osobni podaci obrade na navedeni način, isti se pohranjuju u bazu podataka. Međutim, ne dolazi do gubitka kontrole nad osobnim podacima, budući da se ispitanici u svakom trenutku mogu obratiti Voditelju obrade s upitom u koju svrhu se koriste osobni podaci.
3. Vjerojatnost negativnog učinka na pojedince su iznimno male. Kada se koriste javno dostupne poslovne e-mail adrese (poput onih s LinkedIna ili sudskog registra), postoji srednja vjerojatnost da će primatelji percipirati cold mail kao neželjenu komunikaciju. Ako je poruka u profesionalnom tonu, primatelji su manje skloni negativnoj reakciji. Ozbiljnost je niska jer se radi o poslovnim e-mail adresama, a ne o privatnim te se ne obrađuju osjetljivi podaci. Predmetnom obradom osobnih podataka ne stvara se nikakva druga baza podataka ispitanika.
4. Teško je za očekivati da bi se osobe žalile na prikupljanje njihovih podataka u predmetne svrhe, no moguće je da neki primatelji prigovore obradi i smatraju cold mailove nametljivima, npr. ako nisu očekivali kontakt od strane subjekta s kojom nemaju prethodni poslovni odnos.
5. Ispitanici su upoznati sa svrhom obrade podataka, te će im Voditelj obrade prilikom upita rado objasniti razloge obrade njihovih osobnih podataka.
6. Ovlaštene osobe su informirane o važnosti zaštite osobnih podataka. Voditelj obrade osobne podatke ispitanika jedino obrađuje putem navedenog načina obrade osobnih podataka iz e-mail adresa te ne radi kopije niti pohranjuje osobne podatke ispitanika na drugi način. Podatke čuvamo do isteka godine dana od prikupljanja. Iznimno, podaci se ne brišu ako je drugim zakonom propisan duži rok čuvanja ili su dokaz u sudskom, upravnom, arbitražnom ili drugom istovjetnom postupku. Nakon brisanja, Voditelj obrade više ne obrađuje osobne podatke ispitanika te nema mogućnost uvida u osobne podatke ispitanika.

Možete li pojedincima ponuditi povlačenje?

DA

Donošenje odluke

Ovdje koristite svoje odgovore na dijelove 1, 2 i 3 da odlučite možete li primijeniti pravnu osnovu legitimnih interesa ili ne.

Možete li se osloniti na legitimne interese za ovu obradu?

DA

Imate li kakvih komentara koji bi opravdali vaš odgovor? (neobavezno)

Uzevši u obzir sve navedeno, obrada osobnih podataka ispitanika je zakonita jer ne prelazi ono što je nužno za ispunjenje konkretne svrhe, a potencijalni negativni učinak na ispitanike je minimalan.

TLI izradio	Pavel Beljan
Datum	18.11.2024