

Le RGPD*, une véritable révolution dans le traitement des données

En mai 2018, les entreprises devront traiter les données personnelles de leurs clients et prospects avec la plus grande attention... une occasion unique pour un grand nettoyage de printemps ?

Déjà rompues à une certaine forme de diligence sur les données personnelles et leur déclaration auprès de la CNIL, les entreprises seront amenées prochainement à plus de précautions pour se conformer au nouveau règlement européen. Dans ce contexte, on peut lire sur le site de la CNIL que « la responsabilité des organismes (entreprises et administrations) sera renforcée. Ils devront assurer une protection optimale des données à chaque instant et être en mesure de la démontrer en documentant leur conformité ».

Ainsi, là où les anciens textes s'attachaient à contraindre l'usage des données personnelles, ce nouveau règlement autorise au contraire à plus de souplesse tout en protégeant davantage le consommateur : plus de protection de l'individu avec une meilleure sécurisation des données, la mise en place de procédures en cas de vol ou perte de données, mais également plus de transparence.

Comment cela impacte-t-il la relation client ?

Tout d'abord, il faut informer le client de l'usage qui sera fait des données collectées directement ou indirectement et obtenir son accord pour le faire. Dans un second temps, chaque client pourra réclamer un inventaire complet des données personnelles enregistrées et en connaître les usages. Le consommateur aura également le pouvoir de s'opposer et de refuser certains traitements de ses données et bénéficiera d'un droit à l'oubli avec l'effacement de toutes les informations qui le concernent. Attention donc à bien recenser toutes les données personnelles stockées sur les serveurs de l'entreprise. Enfin, il conviendra de mettre en place des solutions de suivi des historiques de traitement des données dans le but d'en informer le client à sa demande.

Formation et sensibilisation, deux étapes-clés d'un projet RGPD

Se conformer au RGPD passe aussi par la responsabilisation et la formation des équipes « relation clients ». Un risque important est lié notamment aux champs en texte libre intégrés dans les solutions CRM. L'opérateur peut alors prendre des notes « non conformes » sur le client : la religion, l'orientation sexuelle, etc. Autant d'informations sensibles pour lesquelles la collecte est interdite et sévèrement punie. L'éthique, la gestion de l'archivage, la rédaction d'un code de bonne conduite sont donc des axes de formation incontournables.

La transparence et la confiance, les piliers d'une relation client de qualité

Une perte de confiance du consommateur peut coûter cher. La chute vertigineuse de Yahoo mis en cause dans plusieurs scandales successifs sur le traitement et la perte de données de ses utilisateurs en est une parfaite illustration. Le RGPD va permettre de rétablir une confiance mutuelle entre une organisation et son client, favorisée par la transparence. C'est un socle important pour construire les services de demain et une opportunité de bâtir une vraie relation

avec son client.

Dans de nombreuses industries, l'exploitation des données est un formidable accélérateur de business qui offre aux consommateurs de nouveaux services plus riches et plus adaptés. D'ailleurs, les consommateurs ne remettent pas en cause ces services qui exploitent efficacement leurs données personnelles et bénéficient en échange de meilleurs services.

À n'en pas douter, le RGPD va donc profondément faire évoluer la gouvernance « data » des organisations. En ce sens, il s'agit d'une véritable opportunité pour les entreprises de moderniser leurs processus historiques et d'offrir toujours plus de qualité de service et de transparence à leurs clients.

Etienne Vazzoleretto – Responsable Marketing Stratégique

Etienne a rejoint Flatirons Jouve en 2015 en tant que Responsable Marketing stratégique. Dans le cadre de ses fonctions, Etienne est chargé de définir les offres de la direction digitale de Flatirons Jouve et d'identifier de nouveaux vecteurs de croissance avec les équipes commerciales.

À propos de Flatirons Jouve : Flatirons Jouve(TM) propose des solutions et services pour transformer les données les plus complexes de ses clients, optimiser leurs processus métiers et créer de nouvelles expériences digitales. Pionnier sur le marché de l'aéronautique et de l'édition, Flatirons Jouve(TM) propose également des solutions innovantes pour répondre aux nouveaux besoins des acteurs de l'industrie, de la banque, de l'assurance et de l'éducation. Flatirons Jouve(TM) compte 2500 collaborateurs et est implanté dans 15 pays en Europe, en Amérique du Nord, en Afrique et en Asie.

*

Règlement Général sur la Protection des données

This announcement is distributed by Nasdaq Corporate Solutions on behalf of Nasdaq Corporate Solutions clients.

The issuer of this announcement warrants that they are solely responsible for the content, accuracy and originality of the information contained therein.

Source: Jouve via GlobeNewswire

HUG#2139369