

Welkom bij de Slotsessie AVG



25 april 2018

FOKKE & SUKKE
~~ZIJN ARBEIDSRECHTADVOCATEN~~

privacy juristen

privacy
verordening

YES! HET
NIEUWE ONT-
~~SLAGRECHT~~ IS
NOG INGEWIK-
KELDER!!



OLÉ OLÉ
OLÉ OLÉ
OLÉ OLÉ



RGVT

Agenda

- Aanvang
- Resultaat werkgroepen
 - Grondslagen
 - Opt-in
 - Bewaartermijnen
- Implementatie AVG in INDI
- Pauze
- Importeurs en DMS-en aan het woord
 - Renault, Pon, CDK, Axians, OEC en Incadea
- Afsluiting en borrel

Rechten van betrokkenen



INDI is een initiatief van BOVAG Autodealers en RAI Vereniging afdeling Auto's



AVG / GDPR

25 mei 2018

Meer Rechten, Verantwoordelijkheden en Bevoegdheden

Verantwoordelijkheden onder meer:

Noodzakelijk om voor elke verwerking van persoonsgegevens vast te leggen op basis van welke grondslag, voor welke doeleinden (doelbinding en verenigbaar gebruik) en hoe lang dit wordt bewaard.

Vertrekpunt

De AVG stelt onder meer dat:

Persoonsgegevens alleen mogen worden verwerkt/bewaard als er sprake is van:

- Grondslag en Doelbinding (goede reden hebben)
- Hoeveelheid data (minimalisatie)
- Termijn (niet te lang bewaren)

Waar staan we

3 jul 2017
Seminar INDI

1 nov 2017
1^{ste} Bijeenkomst
AVG

24 jan 2018
2^e Bijeenkomst
AVG

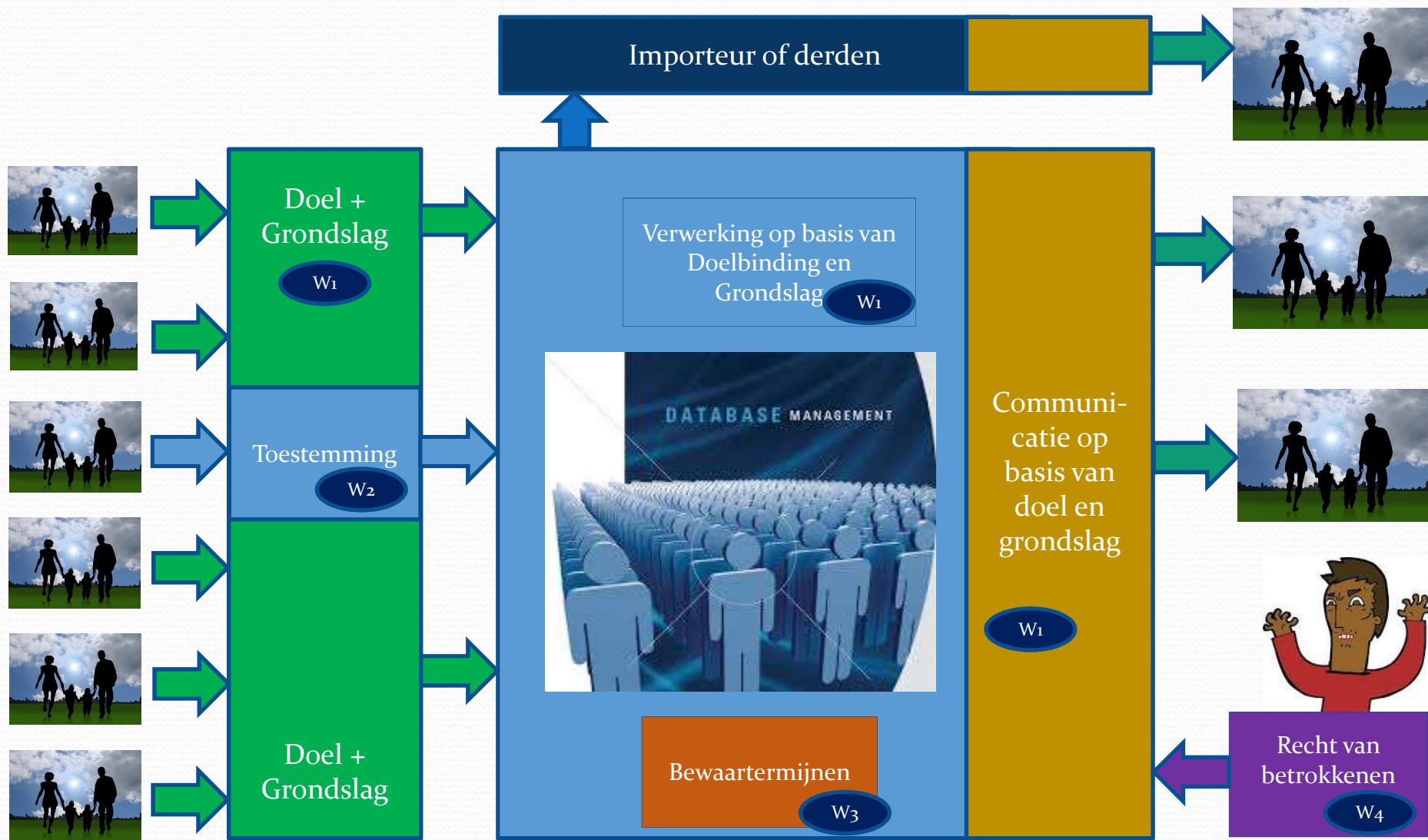
25 apr 2018
Slotsessie AVG



25 mei 2018
Inwerkingtreding
AVG

nov 2017 - >
Uitwerking onderwerpen
in diverse werkgroepen

Privacyflow



Werkgroep Grondslagen

Michel Jochems

25 april 2018



Opdracht

Doel van de werkgroep:

- Analyse verschillende grondslagen voor verwerken persoonsgegevens
- Wanneer een opt-in en wanneer een opt-out voor commerciële communicatie (Telecommunicatiewet)

Door:

Wouter Offringa

Melle Koelemaij

Michel Jochems

Jeffrey Teggelove

Jean-Paul Strik

Alexander Singewald

Grondslagen

De AVG kent zes verschillende grondslagen:

Noodzakelijk voor de
overeenkomst

Gerechtvaardigd belang

Toestemming

Wettelijke verplichting

Algemeen belang

Vitaal belang

Grondslagen

De AVG kent zes verschillende grondslagen:

Noodzakelijk voor de
overeenkomst

Gerechtvaardigd belang

Toestemming

Wettelijke verplichting

Algemeen belang

Vitaal belang

Grondslagen

De AVG kent zes verschillende grondslagen:

Noodzakelijk voor de
overeenkomst

Gerechtvaardigd belang

Toestemming

Wettelijke verplichting

Algemeen belang

Vitaal belang

Toestemming verwerking



Wat houdt dit in:

- U verwerkt persoonsgegevens van uw klant omdat uw klant hiervoor toestemming heeft gegeven. Dat betekent dat u moet kunnen aantonen dat de toestemming 'een vrije, specifieke, geïnformeerde en ondubbelzinnige wilsuiting is geweest (bv vinkje aanzetten) waarmee het verwerken van persoonsgegevens wordt aanvaard door de betrokkene.'
- Toestemming moet te allen tijde ingetrokken kunnen worden, net zo eenvoudig als dat het is gegeven.

Toestemming is de vluchtheuvelbepaling. Toestemming vragen we alleen als er geen gebruik gemaakt kan worden van de andere grondslagen zoals contract en gerechtvaardigd belang. Toestemming is wel noodzakelijk indien u van een berijder bijzondere gegevens zoals aanpassen auto i.v.m. gezondheidssituatie verzamelt en verwerkt.

Grondslagen

De AVG kent zes verschillende grondslagen:

Noodzakelijk voor de
overeenkomst

Gerechtvaardigd belang

Toestemming

Wettelijke verplichting

Algemeen belang

Vitaal belang

Gerechtvaardigd belang



Wat houdt dit in:

- U verwerkt persoonsgegevens van uw klant in uw belang of het belang van een derde voor het verrichten van een reguliere bedrijfsactiviteit. Dit mag alleen als de fundamentele rechten van uw klant niet zwaarder wegen.
- Dat betekent dat er een zorgvuldige afweging gemaakt moet worden van wat de verwachtingen van uw klant zijn, binnen de klantrelatie die u met elkaar heeft (zoals: heeft u de klant hierover geïnformeerd/verenigbaar gebruik) of er andere minder ingrijpende methoden zijn om met de klant te communiceren (proportionaliteit en subsidiariteit)

Hieronder valt onder andere:

- Uitvoeren van courtesy recalls, Marktonderzoek en statistiek, Direct marketing

Gerechtvaardigd belang: direct marketing

Direct Marketing mag altijd op basis van de grondslag gerechtvaardigd belang worden uitgevoerd. Overweging 47 AVG zegt hierover:

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

Maar let op!

- Uw klant mag altijd bezwaar maken tegen het gebruik van zijn Persoonsgegevens voor directmarketingdoeleinden: artikel 21 AVG.
- Uiterlijk op het moment van het eerste contact met uw klant dient u uw klant te informeren dat hij bezwaar kan maken

Direct marketing per kanaal

In het algemeen:

Bezwaar tegen gebruik voor directmarketingdoeleinden:

- Persoonsgegevens niet meer voor DM gebruiken (artikel 21 AVG) dus geen commerciële communicatie toezenden

Kanaal: direct mail (post)

- Indien bezwaar tegen gebruik DM (artikel 21 AVG), dan geen commerciële communicatie toezenden
- Indien in Postfilter.nl geen commerciële communicatie per post toezenden

Direct marketing per kanaal

Kanaal: Ongevraagde oproep per telefoon

Indien bezwaar tegen gebruik DM (artikel 21 AVG), geen commerciële communicatie toezenden

Klant:

- Ongevraagde oproep toegestaan zonder check BMNR (voor vergelijkbare product/dienst en zelfde entiteit), maar wel check adverteerders eigen recht van verzetlijst (Telecommunicatiewet)

Niet-klant:

- Ongevraagde oproep toegestaan met check BMNR en adverteerders eigen recht van verzetlijst (Telecommunicatiewet)

Kanaal: Gevraagde oproep per telefoon

Betrokkene geeft aan gebeld te willen worden waarbij duidelijk is wie belt en waarover. Geen BMNR, geen adverteerder eigen recht van verzetlijst, maar slechts eenmaal gesprek met betrokkene

Direct marketing per kanaal

Kanaal: e-mail, sms, mms, voicemail

- Gebruiker geeft toestemming (natuurlijke en/of rechtspersoon)
- Gebruiker geeft soft opt-in. Tijdens order wordt e-mailadres vastgelegd. Dan alleen gebruiken voor eigen gelijksoortige producten of diensten EN bij het vastleggen een eenvoudige manier om bezwaar te maken tegen gebruik e-mail voor dit doel (natuurlijke en/of rechtspersonen).

Voorbeeldsituatie 1

Dealer heeft met persoon koopovereenkomst. In het kader daarvan gegevens vastleggen. Heeft een **gerechtvaardigd belang** om gegevens vast te leggen die voor dealer een kapstok zijn om marketing uit te oefenen.

Maar gebruiken?

- Ten behoeve van uitvoer overeenkomst: op basis van overeenkomst ja. Dit geldt ook voor sturen van informatieberichten met statusupdates aankoop of werkplaats bezoek, ZONDER COMMERCIELE AANBIEDING

Directmarketingdoeleinden?

Post = ja

- Tenzij Postfilter
- Tenzij Recht van verzet

Telefoon = ja

- Tenzij BMNR, dan alleen vanuit zelfde entiteit en vergelijkbare producten/diensten
- Tenzij Recht van verzet

Email = nee

- Tenzij toestemming
- Tenzij soft opt-in bij aangaan overeenkomst (alleen voor zelfde entiteit en vergelijkbare producten/diensten)

Voorbeeldsituatie 2

Dealer heeft **geen** koopovereenkomst met persoon. Deze situatie is ook van toepassing op een situatie waarbij de bestuurder niet de juridisch eigenaar van de auto is (auto in eigendom leasemij). U heeft ook een **gerechtvaardigd belang** als u geen overeenkomst heeft om gegevens vast te leggen die voor u als dealer een kapstok zijn om marketing uit te oefenen. Mits de klant geïnformeerd is over privacy statement.

Maar gebruiken?

- Voor het doel waarvoor de gegevens verzameld zijn = ja

Directmarketingdoeleinden?

Post = ja

- Tenzij Postfilter
- Tenzij Recht van verzet

Telefoon = ja

- Tenzij BMNR
- Tenzij Recht van verzet

Email = nee

- Tenzij toestemming

Voorbeeldsituatie 3

Persoon neemt een product of service af bij de **DEALER** en de **IMPORTEUR (of ANDERE BV/ LEVERANCIER)** wil deze klant vervolgens uitnodigen voor de Mijn 'merk' omgeving, die in eigendom van de importeur is. Mag dat?

Heeft de dealer de betrokkene geïnformeerd dat de dealer gegevens gaat verstrekken aan de importeur (en/of andere derden) en voor welke doelen, waaronder de mijn merk-omgeving?

- Volgt niet uit doelstellingen waarover de betrokkene is geïnformeerd, dan geen informatie naar de importeur. (onverenigbaar gebruik)
- Volgt uit doelstellingen waarover de betrokkene is geïnformeerd (in privacystatement dealer, verenigbaar gebruik), dan wel informatie naar de importeur (gerechtvaardigd belang van dealer of een derde). Persoon dient dan geïnformeerd te zijn door de dealer OF door de importeur (binnen 1mnd na verkrijgen persoonsgegevens)

Directmarketingdoeleinden?

Post = ja

- Tenzij Postfilter
- Tenzij Recht van verzet

Telefoon = ja

- Tenzij BMNR
- Tenzij Recht van verzet

Email = nee

- Tenzij dealer toestemming heeft verkregen voor importeur/andere BV/leverancier

Concluderend

Noodzakelijk voor de
overeenkomst

Gerechtvaardigd belang

Toestemming

Wettelijke verplichting

Algemeen belang

Vitaal belang

Werkgroep Opt-in

Melle Koelemaij

25 april 2018





INDI bijeenkomst 25 april 2018

Voorkeursformulier klantcontact & privacystatement -update-

Melle Koelemaij



Introductie

- Juridisch kader: Algemene Verordening Gegevensbescherming, Telecommunicatiewet...
- Noodzaak gezamenlijk formulier
- Verschillende formulieren ontwikkeld. Uiteindelijk gekozen voor twee formulieren:
 - Eén voor klanten en prospects
 - Eén voor klanten

Reden: vragen van toestemming is niet nodig voor commerciële communicatie over soortgelijke producten en diensten aan betalende klanten.

Maar: wel vereist om een 'opt-out' te bieden. Dit wordt geregeld in het formulier.



De opdracht

Het opstellen van een formulier waarmee de klant of de prospect:

- 1) aangeeft welke (commerciële) informatie hij wil ontvangen, van:
 - de dealer
 - de importeur
 - eventuele derde partijen
- 2) aangeeft hoe hij deze informatie wil ontvangen;
- 3) geïnformeerd wordt over de verwerking van zijn klantgegevens en zijn rechten (privacystatement)



Uitgangspunten

Het is de bedoeling dat het formulier:

- als basis door dealers van alle merken gebruikt en eventueel aangepast kan worden
- voldoet aan de relevante wet- en regelgeving
- rekening houdt met de belangen van betrokken partijen



Belangrijkste overwegingen & keuzes

Hoe kunnen we zoveel mogelijk rekening houden met alle betrokken belangen?

Enkele relevante belangen:

- klantbelang:
 - transparantie: wat gebeurt er met mijn persoonsgegevens?
 - bepaalde zeggenschap: welke info, hoe, aan en van wie?
- belang dealer (en importeur):
 - zuivere database (commercieel en juridisch belang)
 - voorkomen sancties en aansprakelijkheid



Belangrijkste overwegingen & keuzes

Voor welke structuur is gekozen?

- Twee 'voorkeursformulieren klantcontact'.
 - hiermee vraagt de dealer toestemming aan zijn klant, maar:
 - alleen voor bepaalde (commerciële) informatie en communicatiemiddelen
 - ook voor de importeur en voor derden
 - verwerking vindt plaats op grond van 'gerechtvaardigd belang' in de zin van de AVG
- Een "privacystatement":
 - als aanvulling op het voorkeursformulier klantcontact
 - hierin staan de doelen waar de persoonsgegevens voor verwerkt worden (ook zonder toestemming!)
 - de klant wordt uitgebreid geïnformeerd over zijn gegevensverwerking en zijn rechten



Belangrijkste overwegingen & keuzes

Waarom wordt in bepaalde gevallen toestemming gevraagd?

(Commerciële informatie per e-mail, SMS/WhatsApp en telefoon)

Prospects: - dit zijn geen “betalende klanten” in de zin van de Telecommunicatiewet
 - toestemming is vereist op grond van Telecommunicatiewet

Bestaande klanten: - toestemming niet vereist, mits:
 - er sprake is van een “betalende klant”
 - en van “soortgelijke producten en diensten”
 - van dezelfde entiteit (≠ bedrijfsgroep, importeur, derden)

Het nieuwe formulier 2 is dus enkel te gebruiken voor bestaande klanten zoals hierboven omschreven.



Formulier 1: geschikt voor klanten & prospects

Impressie voorkeursformulier. De klant kan aan de dealer én aan de importeur toestemming geven voor:

Commerciële informatie die u van de dealer wilt ontvangen

☐ Ja, ik wil graag alle hieronder vermelde informatie (nummers 1 t/m 4) van de dealer ontvangen.
En ik wil deze informatie graag ontvangen per:

☐ E-mail ☐ SMS/WhatsApp ☐ Telefoon* ☐ Al deze vormen

☐ Nee, ik wil alleen bepaalde informatie van de dealer ontvangen. Deze informatie selecteer ik hieronder.

☐ 1. Autorelevante informatie
☐ E-mail ☐ SMS/WhatsApp ☐ Telefoon ☐ Al deze vormen

☐ 2. Merk/modelrelevante informatie
☐ E-mail ☐ SMS/WhatsApp ☐ Telefoon ☐ Al deze vormen

☐ 3. Bedrijfsrelevante informatie
☐ E-mail ☐ SMS/WhatsApp ☐ Telefoon ☐ Al deze vormen

☐ 4. Overige (commerciële) informatie
☐ E-mail ☐ SMS/WhatsApp ☐ Telefoon ☐ Al deze vormen

☐ Nooit commerciële informatie van de dealer ontvangen per e-mail, sms/whatsapp en telefoon

Wijziging ten opzichte van oude formulier: Klanttevredenheidsonderzoeken verwijderd



Formulier 1: geschikt voor klanten & prospects

Daarnaast kan de klant toestemming geven voor het doorgeven van zijn gegevens aan bepaalde derden:

Commerciële informatie die u van derden wilt ontvangen

Door één van de onderstaande hokjes aan te vinken kunt u toestemming geven aan derden die wij als dealer zorgvuldig hebben geselecteerd, zodat zij u commerciële informatie met betrekking tot voertuigmobiliteit (en daaraan gerelateerde producten en diensten) en/of enquêtes mogen sturen. Het gaat hierbij om:

- ☐ **overige ondernemingen uit onze bedrijfsgroep** (bijvoorbeeld voor (per dealer/groep in te vullen))
 - ☐ E-mail
 - ☐ SMS/WhatsApp
 - ☐ Telefoon
 - ☐ Al deze vormen
- ☐ **andere dealers van het merk** (hier in te vullen)
 - ☐ E-mail
 - ☐ SMS/WhatsApp
 - ☐ Telefoon
 - ☐ Al deze vormen
- ☐ **financiering-, verzekerings- of leasemaatschappijen waar wij mee samenwerken** (hier in te vullen)
 - ☐ E-mail
 - ☐ SMS/WhatsApp
 - ☐ Telefoon
 - ☐ Al deze vormen
- ☐ **importeurs van andere merken die dealer voert** (hier in te vullen per merk)
 - ☐ E-mail
 - ☐ SMS/WhatsApp
 - ☐ Telefoon
 - ☐ Al deze vormen
- ☐ **(overig, per dealer/merk in te vullen)**
 - ☐ E-mail
 - ☐ SMS/WhatsApp
 - ☐ Telefoon
 - ☐ Al deze vormen



Formulier 1: geschikt voor klanten & prospects

Waarom wordt in bepaalde gevallen toestemming gevraagd?

(Commerciële informatie per e-mail, SMS/WhatsApp en telefoon)

Resumerend: Dit formulier is geschikt voor zowel klanten als prospects

Prospects: - toestemming is vereist op grond van de Telecommunicatiewet

Bestaande klanten: - toestemming is vereist als de dealer de klant wil benaderen voor andere dan "soortgelijke producten en diensten" (en voorkomen discussie)

- toestemming is vereist als ook andere partijen (bedrijfsgroep, importeur, derden) de klant willen benaderen voor commerciële doeleinden

- daarnaast: transparantie en zeggenschap klant over zijn klantgegevens

- en: andere doeleinden en direct marketing per post blijven ook mogelijk (zie Privacystatement hierna)



Formulier 1: geschikt voor klanten en prospects

Impressie Privacystatement (doelen en grondslagen):

Doel	Grondslag
Uitvoeren verzoek of overeenkomst	Noodzakelijk ter uitvoering overeenkomst
Uitvoeren garantiwerkzaamheden	Noodzakelijk ter uitvoering overeenkomst
Voldoen aan wettelijke (waaronder fiscale) verplichtingen	Noodzakelijk om aan wettelijke verplichting te voldoen
Uitvoeren van recalls (veiligheid)	Noodzakelijk om aan wettelijke verplichting te voldoen
Uitvoeren van recalls (courtesy)	Gerechtvaardigd belang
Klantentevredenheidsonderzoek, marktonderzoek en statistiek	Gerechtvaardigd belang
Direct marketing (commerciële informatie zoals nader omschreven in artikel 3 van dit privacystatement. Daarbij houden we rekening met uw keuzes in het voorkeursformulier)	Gerechtvaardigd belang
(Eventuele overige doelen, hier in te vullen)	(Eventuele overige grondslagen, hier in te vullen)



Formulier 2: alleen geschikt voor betalende klanten

Reden: toestemming niet vereist voor dealer

Wij (**BEDRIJFSNAAM + KVK DEALER**, hierna ook aangeduid als “dealer”), verwerken bepaalde klantgegevens van u om u zo goed mogelijk van dienst te kunnen zijn. In ons privacystatement op de achterkant van dit formulier kunt u nalezen voor welke doelen wij deze klantgegevens precies verwerken en met welke partijen wij deze klantgegevens delen.

Daarnaast willen we uw klantgegevens graag gebruiken om interessante commerciële informatie over soortgelijke producten en diensten aan u te verstrekken, zoals Autorelevante informatie, Merk/modelrelevante informatie, Bedrijfsrelevante informatie (allen zoals omschreven in ons privacystatement) en **AANVULLEN**. Dit kunnen we doen per post, maar ook via verschillende andere communicatiekanalen, zoals e-mail, sms/whatsapp en/of per telefoon. Wilt u geen informatie over soortgelijke producten en diensten via (een van) deze communicatiekanalen ontvangen? Dan kunt u dat hieronder aangeven.

Meer informatie over hoe wij omgaan met uw klantgegevens vindt u in ons privacystatement.

Commerciële informatie die u van de dealer wilt ontvangen

Ik wil informatie van de dealer over soortgelijke producten en diensten niet ontvangen via:

☐ E-mail ☐ SMS/WhatsApp ☐ Telefoon*

* Hiermee kunt u aangeven of wij u wel of niet mogen (laten) bellen.

De rest van het formulier is gelijk aan formulier 1 (klanten & prospects).



Afronding

Dank voor uw aandacht!

Werkgroep Bewaartermijnen

Alexander Singewald

25 april 2018



Opdracht

Privacy is met de inwerkingtreding van de AVG nog belangrijker geworden.

Het is noodzakelijk voor elke verwerking van persoonsgegevens vast te leggen hoe lang dit wordt bewaard en met welke doelbinding(en) en bijbehorende grondslag(en).

Doel van de werkgroep is om tot een bewaartermijnen structuur te komen die door de branche als standaard kan worden aangehouden.

Door:
Gerald ter Huurne
Marco Bakker
Mark van Kerkhof
Melle Koelemaij
Michel Jochems
Rob Mulder
Steven Kuiper
Alexander Singewald

Bewaartermijnen

- One size fits all?
 - Nee, gaat om individuele afweging
- Leidend doelstelling(en) waarvoor persoonsgegevens worden verwerkt
 - Welbepaald, uitdrukkelijk omschreven, gerechtvaardigde doeleinden
 - Doelbinding & verenigbaar gebruik
- Geen wet van Meden en Perzen
 - Onder regelgeving vandaag: in principe in vrijstelling Wbp, 2 jaar na vordering is voldaan, tenzij wettelijke bewaarplicht
- AVG: Accountability
 - Aantonen



Geobjectiveerde criteria

- Uitgangspunt: Marketing & sales moet een redelijke termijn hebben om persoonsgegevens te verwerken voor 'win-back'
 - Win-back is redelijke termijn waarop een berijder kan worden teruggewonnen door dealer en importeur
 - Splitsing
 - Berijdergegevens en Voertuigvoorkeur
 - Voertuiggegevens
 - Voertuig koopt zelf geen nieuw voertuig, berijder wel
- Bewaartermijnen voor 'gebeurtenissen':
 - A. Voertuiggegevens
 - B. Berijder en Voertuigvoorkeur
 - C. Accessoires (webshop) / contract
 - D. Berijder en onderhoud



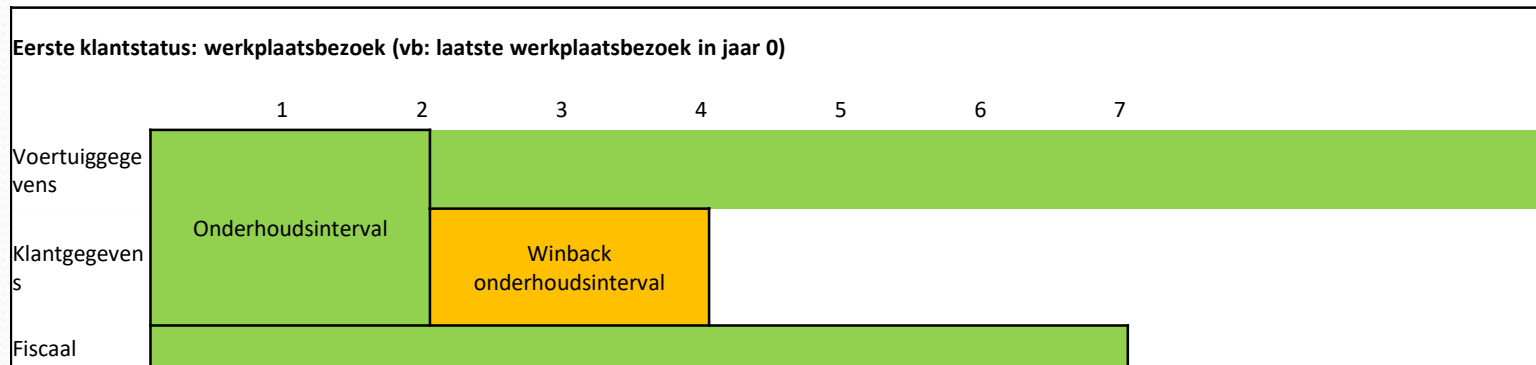
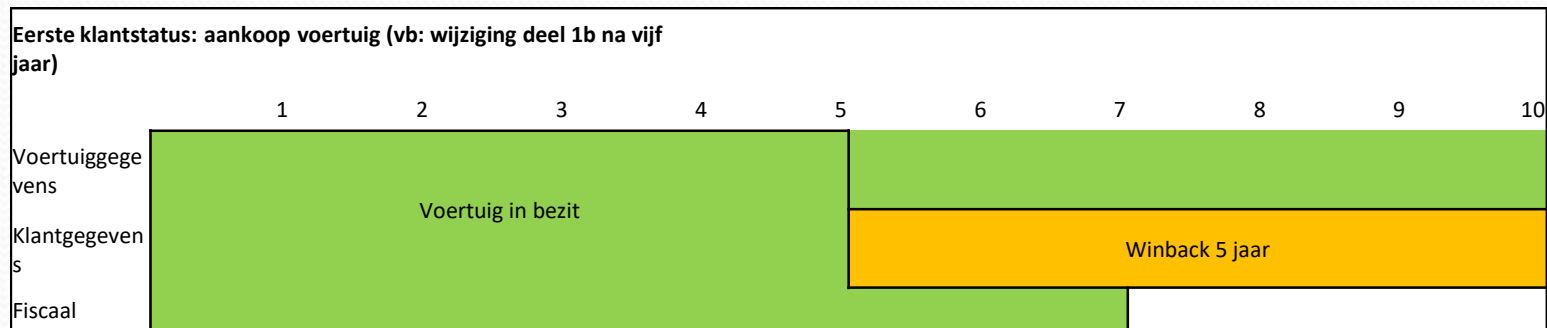
Geobjectiveerde criteria

- Garantie:
 - Objectief meetbaar, geen maatstaf, verkoop voertuig voor einde garantie, vernieuwing van garantie, wel bij accessoires garantie/verbruiksperiode
- Vervangen auto (lead time)
 - CBS/RDC: 5 jaar (uitgezonderd de groep die na een jaar wordt doorverkocht)
- Onderhoud:
 - Onderhoudsinterval steeds vaker in tijd

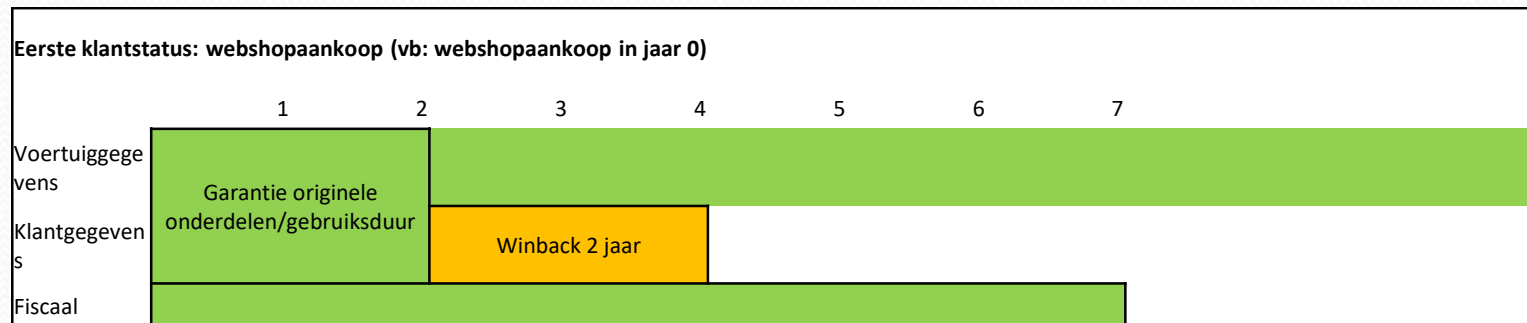
Bewaartermijnen win-back

- A: Voertuiggegevens: geen termijn, geen persoonsgegevens -> pseudonimiseren
- B: Berijder en voertuig voorkeur : gemiddeld bezit verlengd met gemiddelde duur besluitvormingsproces aankoop nieuw voertuig (vijf jaar);
- C: Berijder en Onderhoud: onderhoudsinterval tot volgende onderhoud, verlengd met eenmaal de onderhoudsinterval;
- D: Berijder/betrokkene en accessoire /contract: aanknopen bij consumentenkoop zoals garantie/gemiddelde duur gebruik (2 jaar), verlengd met 2 jaar, bij contract eenmaal de duur van het contract verlengd met 2 jaar
- Overige: Inschrijving nieuwsbrief: tot dat de betrokkene aangeeft geen prijs meer te stellen op de nieuwsbrief door zich af te melden, geen termijn

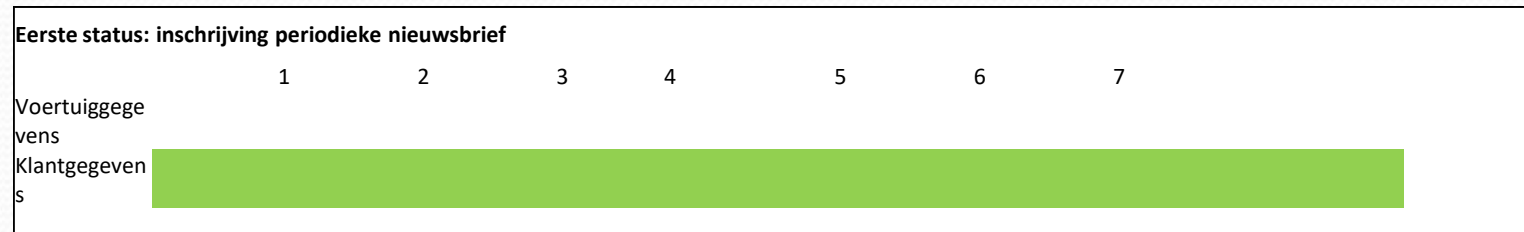
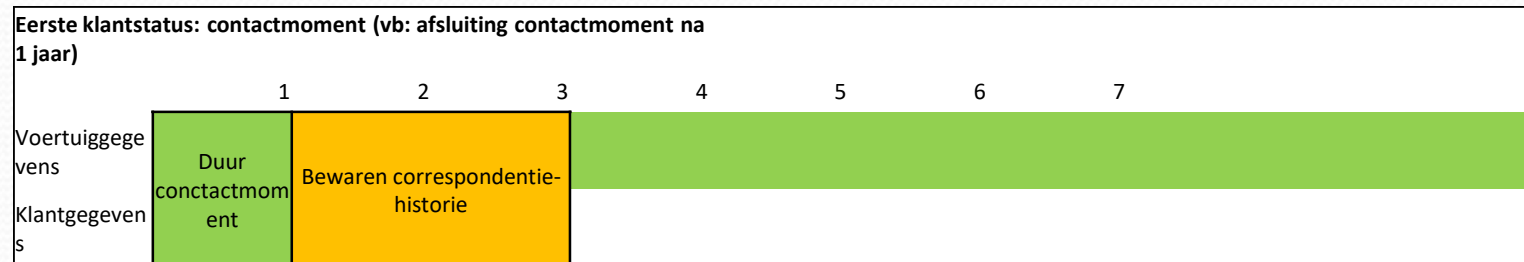
Schematische weergave



Schematische weergave



Schematische weergave



Let op de klant kan van gebeurtenis wisselen, gedurende contact: contact moment kan aankoop moment worden.

Bewaartermijn voorbij? Opruimen!



Implementatie AVG in INDI

Lucas van Rijen, RDC

25 april 2018



Update INDI communicatie- instellingen (voorheen permissies)

INDI Standaard

Versie 4.3

April 2018



“Permissies”

- INDI heeft in 2014 & 2016 een standaard uitgestuurd voor het uitwisselen van “permissies”
- We hebben in de afgelopen sessies veel geleerd over grondslagen bijvoorbeeld:
 - Noodzakelijk voor de overeenkomst
 - Gerechtvaardigd belang
 - Toestemming
- De vraag was: behoeft de standaard aanpassing?
- Conclusie: door het woord “permissies” te gebruiken in de standaard wordt gesuggereerd dat het gaat over de grondslag: “Toestemming”
- Resultaat: wel aanpassing nodig in terminologie en positionering, niet in technische definitie

Het doel van de standaard voor het uitwisselen van communicatie voorkeuren is een uniforme klantbeleving door het merkkanaal

- De standaard gaat namelijk niet over “permissies” maar over “communicatie-instellingen”
- Het gaat erover dat een klant op diverse plekken zijn communicatie-instellingen kan aanpassen en dat systemen dit onderling kunnen uitwisselen, bijvoorbeeld tussen:
 - Importeur (website) en dealer DMS/CRM of
 - Dealergroep CRM en dealers DMS-en

Uitgangspunt: verschillende communicatie-instellingen mijn pagina's en formulieren

- Dealer 1

- ☐ Auto-informatie
- ☐ Vestigingsinformatie
- ☐ Importeursinformatie
- ☐ E-mail
- ☐ Telefoon

- Importeur 1

- ☐ Auto-informatie
- ☐ Dealerinformatie
- ☐ E-mail
- ☐ Telefoon
- ☐ SMS

- Dealer 2

- ☐ Auto-informatie
- ☐ Groepsinformatie
- ☐ Importeursinformatie
- ☐ Enquêtes
- ☐ E-mail
- ☐ Telefoon
- ☐ Post
- ☐ SMS

- Importeur 2

- ☐ Auto-informatie
- ☐ SMS

De INDI-standaard maakt het mogelijk om communicatie-instellingen in het merk-kanaal uit te wisselen

- Dealer 1

- ☐ Auto-informatie
- ☐ Vestigingsinformatie
- ☐ Importeursinformatie
- ☐ E-mail
- ☐ SMS

- Importeur 1

- ☐ Auto-informatie
- ☐ Dealerinformatie
- ☐ E-mail
- ☐ Telefoon
- ☐ SMS

- Dealer 2

- ☐ Auto-informatie
- ☐ Groepsinformatie
- ☐ Importeursinformatie
- ☐ Enquêtes
- ☐ E-mail
- ☐ Telefoon
- ☐ Post
- ☐ SMS

- Importeur 2

- ☐ Auto-informatie
- ☐ SMS

INDI communicatie-instellingen standaard 4.3

- 80 mogelijke combinaties
- Gebruikt u deze zelf allemaal? Wellicht niet, maar in een combinatie van alle dealers en alle importeurs waarschijnlijk wel

INDI communicatie-instellingen standaard 4.3

- De meervoudige communicatie-instellingen standaard kent drie hoofdindelingen:
 - A. Wie gaat communiceren
 - B. Waar gaat de informatie over
 - C. Hoe wordt de informatie aangeboden

Wie gaat communiceren met de klant

Contactsoort

- | | |
|--------------------|---------|
| • Retail point | aan/uit |
| • OEM, NSO | aan/uit |
| • Group | aan/uit |
| • Business Partner | aan/uit |

Waar gaat de informatie over

Informatiesoort

- | | |
|---|---------|
| • Autorelevante informatie (CAR) | aan/uit |
| • Bedrijfsrelevante informatie (SERVICES) | aan/uit |
| • Merk-/modelrelevante informatie (MAKE) | aan/uit |
| • Overige commerciële informatie (3RDP) | aan/uit |
| • Enquêtes (ENQ) | aan/uit |

Hoe wordt de informatie aangeboden:

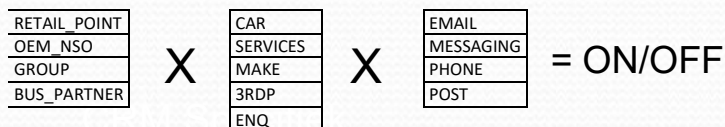
Contactsoort

- | | |
|-------------|---------|
| • E-mail | aan/uit |
| • Messaging | aan/uit |
| • Telefoon | aan/uit |
| • Post | aan/uit |

De resultante: $4 \times 5 \times 4 = 80$ combinaties

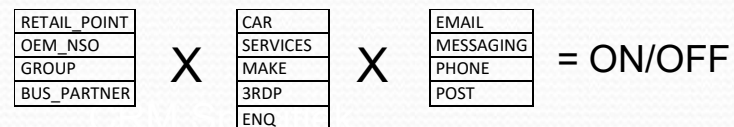


Dit resulteert in
80 communicatievinkjes die per
klant aan of uit staan



Deze vinkjes worden
gebruikt
door de dealer in zijn eigen
communicatie

Dit resulteert in
80 communicatievinkjes die per
klant aan of uit staan



Deze vinkjes worden
zo wie zo gebruikt
door de importeur in zijn eigen
communicatie

Of u deze allemaal gebruikt hangt af van u of uw merk

BOVAG Formulier

Ik wil informatie van de dealer over soortgelijke producten en diensten **niet** ontvangen via:

☐ E-mail ☐ SMS/WhatsApp ☐ Telefoon*

x Ja, ik wil graag alle hieronder vermelde informatie (nummers 1 t/m 4) van de importeur ontvangen.

En ik wil deze informatie graag ontvangen per:

☐ E-mail ☐ SMS/WhatsApp ☐ Telefoon **x Alle vormen**

Met 2 vinkjes 40 vinkjes aan

RETAIL_POINT		E-mail	Messaging	Telefoon	Post
	Technische benaming	EMAIL	MESSAGING	PHONE	MAIL
Autorelevante informatie	CAR				
Bedrijfsrelevante informatie	SERVICES				
Merk-/modelrelevante informatie	MAKE				
Overige commerciële informatie	3RDP				
Enquêtes	ENQ				
OEM_NS0		E-mail	Messaging	Telefoon	Post
	Technische benaming	EMAIL	MESSAGING	PHONE	MAIL
Autorelevante informatie	CAR				
Bedrijfsrelevante informatie	SERVICES				
Merk-/modelrelevante informatie	MAKE				
Overige commerciële informatie	3RDP				
Enquêtes	ENQ				

Interface en techniek zijn gescheiden

Uw Interface

Uw techniek

Dealer 1

- ☒ Auto-informatie
- ☐ Vestigingsinformatie
- ☐ Importeursinformatie
- ☒ E-mail
- ☐ SMS

RETAIL_POINT		E-mail	Messaging	Telefoon	Post
	Technische benaming	EMAIL	MESSAGING	PHONE	MAIL
Autorelevante informatie	CAR				
Bedrijfsrelevante informatie	SERVICES				
Merk-/modelrelevante informatie	MAKE				
Overige commerciële informatie	3RDP				
Enquêtes	ENQ				
OEM_NSO		E-mail	Messaging	Telefoon	Post
	Technische benaming	EMAIL	MESSAGING	PHONE	MAIL
Autorelevante informatie	CAR				
Bedrijfsrelevante informatie	SERVICES				
Merk-/modelrelevante informatie	MAKE				
Overige commerciële informatie	3RDP				
Enquêtes	ENQ				

U bepaalt wat u uw klant vraagt: INDI transporteert

Interface en techniek zijn gescheiden

Uw Interface

Uw techniek

Dealer 1

- ☒ Auto-informatie
- ☐ Vestigingsinformatie
- ☒ Importeursinformatie
- ☒ E-mail
- ☐ SMS

RETAIL_POINT		E-mail	Messaging	Telefoon	Post
	Technische benaming	EMAIL	MESSAGING	PHONE	MAIL
Autorelevante informatie	CAR				
Bedrijfsrelevante informatie	SERVICES				
Merk-/modelrelevante informatie	MAKE				
Overige commerciële informatie	3RDP				
Enquêtes	ENQ				
OEM_NS0		E-mail	Messaging	Telefoon	Post
	Technische benaming	EMAIL	MESSAGING	PHONE	MAIL
Autorelevante informatie	CAR				
Bedrijfsrelevante informatie	SERVICES				
Merk-/modelrelevante informatie	MAKE				
Overige commerciële informatie	3RDP				
Enquêtes	ENQ				

U bepaalt wat u uw klant vraagt: INDI transporteert

Interface en techniek zijn gescheiden

Uw Interface

Uw techniek

Dealer 1

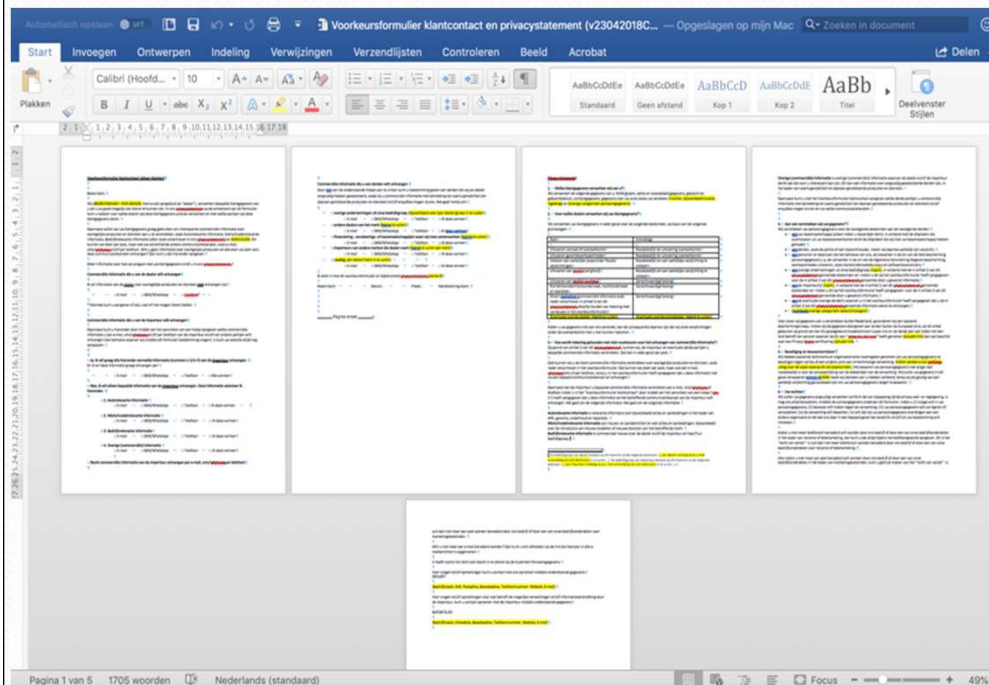
- ☒ Auto-informatie
- ☐ Vestigingsinformatie
- ☒ Importeursinformatie
- ☒ E-mail
- ☒ SMS

RETAIL_POINT		E-mail	Messaging	Telefoon	Post
	Technische benaming	EMAIL	MESSAGING	PHONE	MAIL
Autorelevante informatie	CAR				
Bedrijfsrelevante informatie	SERVICES				
Merk-/modelrelevante informatie	MAKE				
Overige commerciële informatie	3RDP				
Enquêtes	ENQ				
OEM_NS0		E-mail	Messaging	Telefoon	Post
	Technische benaming	EMAIL	MESSAGING	PHONE	MAIL
Autorelevante informatie	CAR				
Bedrijfsrelevante informatie	SERVICES				
Merk-/modelrelevante informatie	MAKE				
Overige commerciële informatie	3RDP				
Enquêtes	ENQ				

U bepaalt wat u uw klant vraagt: INDI transporteert

Uw interface

Uw techniek



RETAIL_POINT		E-mail	Messaging	Telefoon	Post
	Technische benaming	EMAIL	MESSAGING	PHONE	MAIL
Autorelevante informatie	CAR				
Bedrijfsrelevante informatie	SERVICES				
Merk-/modelrelevante informatie	MAKE				
Overige commerciële informatie	3RDP				
Enquêtes	ENQ				
OEM_NS0		E-mail	Messaging	Telefoon	Post
	Technische benaming	EMAIL	MESSAGING	PHONE	MAIL
Autorelevante informatie	CAR				
Bedrijfsrelevante informatie	SERVICES				
Merk-/modelrelevante informatie	MAKE				
Overige commerciële informatie	3RDP				
Enquêtes	ENQ				

INDI is een initiatief van BOVAG Autodealers en RAI Vereniging afdeling Auto's



Conclusie

- INDI-standaard schrijft niet voor hoeveel vinkjes u moet vragen, hoe de interface eruit moet zien en op welke grondslagen u gegevens verzamelt
- De INDI-standaard zorgt er wel voor dat als u communicatie-instellingen wilt gaan uitwisselen in uw merkkanaal of dealergroep u dezelfde taal spreekt

Uit te voeren acties

- INDI: maak de snelweg voor het doorgeven
 - Wil ik doorgeven (GEVER-nemer)
 - Wil ik ontvangen (gever-NEMER)
 - Welke communicatie-instellingen
- DMS: bouw de opties volgens dit format in het systeem
- Dealer/importeur: bepaal met elkaar de gewenste configuratie binnen de standaard
- Webbouwer/DMS/overige: bouw de communicatie-instellingen front-end voor het merk

INDI2.nl

