

El enfoque tecnológico de Marketo sobre la Privacidad con OneTrust

Marketo

Industria: Software

Tamaño: Enterprise

Ámbito de actividad: AMER, EMEA, ANZ, Japón

Productos: Registro de Actividades de Tratamiento, Cookie Compliance y Automatización de Evaluaciones

Reglamentos adoptados: RGPD, ePrivacy



Marketo es uno de los líderes internacionales en Marketing Automation con un conjunto de productos y soluciones que ayuda a sus clientes a entender y medir sus esfuerzos en marketing, obteniendo mejores resultados. Fundada por y para los profesionales del marketing, Marketo es una herramienta empleada por miles de CMOs en todo el mundo.

Como una empresa especializada en Marketing Automation, el negocio de Marketo gestiona y procesa grandes cantidades de datos personales de forma intrínseca. Marketo no vio el Reglamento General de Protección de Datos de la UE (RGPD) como un obstáculo para su negocio, si no como una oportunidad de demostrar a sus clientes y los interesados a los que se dirigen (destinatarios), que la protección de datos es un valor fundamental para Marketo.

“Fuimos receptivos con el RGPD y los controles y reglas de privacidad que le acompañan porque promueve la confianza, la transparencia y la libertad de elección”, dijo Matthew Fischer, Associate General Counsel and Chief Privacy Officer en Marketo. “Al final del día, eso es lo que es importante a la hora de entablar la relación entre las empresas que se dedican al marketing y los destinatarios de su contenido.”

Como encargado y subencargado del tratamiento de datos personales, Marketo empleó el RGPD como una oportunidad para mostrar cómo el Marketing Automation junto con la privacidad pueden ser una combinación potente y efectiva en la que confiar.

“Con OneTrust como nuestra herramienta de software para la gestión de la privacidad, estamos bien equipados para demostrar nuestro cumplimiento a los reguladores. OneTrust es una propuesta de valor para nuestro programa de privacidad y no dudamos en explicar sus beneficios al examinar nuestro programa de privacidad con nuestros clientes, ya que la privacidad es clave para los profesionales del marketing”.

Jack Yusko

PRIVACY COMPLIANCE ANALYST

Empleando la privacidad para crear confianza entre los clientes y los destinatarios

“La privacidad es fundamental para Marketo porque va de la mano con los servicios integrados que se proporcionan a los clientes. Las brechas de seguridad copan los titulares de las noticias y la gente es más consciente de la cantidad de datos sobre ellos que son tratados por las empresas. Cada vez más consumidores adoptan la visión europea de la privacidad como un derecho humano fundamental”, explicó el Privacy Compliance Analyst de Marketo, Jack Yusko.

“La privacidad es algo que puede emplearse no sólo como algo positivo para el negocio, sino también como una forma de dirigirse a las personas en el modo en que éstas quieren que se haga”, dijo. “Más información y el control del usuario pueden llevar a conversaciones de mayor calidad e interacciones más significativas”.

Para prepararse para el RGPD, Fischer y el equipo de privacidad de Marketo comenzaron con una evaluación de la preparación para comprender mejor el alcance de sus procesos y los pasos necesarios para lograr el cumplimiento de la normativa. Pronto quedó claro que se necesitarían una herramienta flexible y sólida para cumplir ciertas obligaciones clave del RGPD, como la rendición de cuentas, y para institucionalizar la privacidad en toda la organización.

“Eso fue lo que inició nuestra búsqueda de una solución automatizada para el RGPD”, dijo Fischer. El equipo de privacidad de Marketo trató de asegurarse de que la tecnología que la empresa seleccionase se ajustara a los requisitos tecnológicos y legales específicos de Marketo.

Trabajar con OneTrust para automatizar el registro de tratamientos y más

Evaluando las necesidades tecnológicas del programa de privacidad, Marketo buscó una solución integral de mapeo de datos que también pudiese asegurar una comprensión de los procesos de flujo de datos dentro de la organización. Después de una extensa investigación, Marketo eligió OneTrust como herramienta para automatizar y operacionalizar los componentes de su programa de privacidad.

“El módulo de Registro de Actividades de Tratamiento fue lo que nos convenció”, dijo Yusko. También emplean el módulo de Evaluación de la Preparación para supervisar el progreso y mantener el foco en todas las áreas de negocio de Marketo, así como la Automatización de Evaluaciones para la gestión de PIAs y DPIAs. Yusko dice que OneTrust les facilita la obtención de estas evaluaciones por parte de sus usuarios de negocio y a la hora de documentar sus respuestas.

“Podemos personalizar y hacer testeos A/B para mejorar nuestros cuestionarios basados en lo que está funcionando, y podemos introducir lógica condicional para activar cuestionarios adicionales que podrían ser necesarios entre responsables del tratamiento y los encargados”, dijo.

Dado que Marketo es una organización con un gran número de departamentos, productos y aplicaciones diferentes, al equipo de privacidad le resultó útil OneTrust para documentar una única actividad de tratamiento, y tener la flexibilidad de recategorizar y ajustar los cuestionarios de forma sencilla en función de cómo funcionaban los procesos dentro de Marketo. Utilizando OneTrust, el equipo de privacidad pudo seguir un “proceso metódico” con preguntas que profundizan, en vez de obtener una visión general.

“OneTrust ha ayudado a nuestra organización con los registros del Artículo 30 del RGPD en lo relativo a los requisitos de tratamientos de datos y a capturar una imagen precisa de nuestra organización en su conjunto desde la perspectiva de la privacidad”, dijo Yusko.

Nuevas regulaciones de privacidad, la misma flexibilidad de OneTrust

Mediante la preparación para el RGPD, Marketo pudo desarrollar y documentar una visión más holística de sus actividades de tratamiento internas y estar listo de cara al nuevo panorama de regulaciones de privacidad en el horizonte. El equipo de privacidad de Marketo vigila de cerca las nuevas regulaciones de privacidad que probablemente impacten en Marketo y sus clientes, como el Reglamento ePrivacy. Marketo confía en su capacidad para beneficiarse de las funcionalidades y flexibilidad de OneTrust para abordar estas nuevas regulaciones de privacidad.

“Por eso confiamos en OneTrust y por este motivo lo elegimos” dijo Fischer. “Planeamos seguir personalizando módulos, aplicaciones y plantillas para ajustarnos a los nuevos requerimientos y que OneTrust nos ayude en este proceso”.

Marketo está utilizando el banner de Consentimiento de Cookies de OneTrust para dar a los visitantes de su sitio web el control y posibilidades de elección sobre las categorías de cookies que se almacenan en sus dispositivos. Yusko dice que el banner de OneTrust es una forma intuitiva y sencilla de dar a los usuarios la posibilidad de elegir sus preferencias de rastreo y que puede adaptarse fácilmente a las nuevas orientaciones y reglamentos que puedan surgir del Reglamento ePrivacy. En general, le han impresionado las continuas adiciones a la galería de plantillas de OneTrust para abordar las nuevas orientaciones emitidas por las autoridades de supervisión y las nuevas regulaciones.

“Con OneTrust como nuestra herramienta de software para la gestión de la privacidad, estamos bien equipados para demostrar nuestro cumplimiento a los reguladores. OneTrust es una propuesta de valor para nuestro programa de privacidad y no dudamos en explicar sus beneficios al examinar nuestro programa de privacidad con nuestros clientes, ya que la privacidad es clave para los profesionales del marketing”, concluyó Yusko.