

Marketing po novom: Zásadné zmeny v priamej komunikácii od 12. novembra 2025

3. DECEMBRA 2025



NAPÍŠAL WEBPOMOC

Ponúkam strategické poradenstvo a riešenia šité na mieru s cieľom pomôcť organizáciám chrániť súkromie a záujmy zamestnancov.



Popri novom zákone o ochrane osobných údajov, ktorý má platiť od 1. januára 2026 (Návrhy zákonov LP/2025/305 a LP/2025/306 sú momentálne v legislatívnom procese) prichádza ešte **skoršia a pre marketerov zásadná zmena** – novela zákona o elektronických komunikáciách, ktorá nadobúda účinnosť už **12. novembra 2025**. Tieto zmeny výrazne sprísnia podmienky priameho marketingu.

Čo sa mení 12. novembra 2025?

Novela § 116 zákona o elektronických komunikáciách upravuje tzv. **nevyžiadanú komunikáciu**. Jednoducho povedané – pravidlá pre posielanie:

- Marketingových emailov
- SMS správ s ponukami
- Telefonických hovorov za účelom predaja
- Automatizovaných volaní a správ

Nové pravidlá pre priamy marketing

1. Prísnejšie podmienky súhlasu

Súhlas musí byť:

- **Výslovný** – nemôže byť predvyplnený zaškrtačiacim políčko
- **Konkrétny** – osobitne pre email, SMS, telefón
- **Informovaný** – jasné vysvetlenie, na čo súhlas slúži
- **Dobrovoľný** – bez podmieňovania služieb
- **Dokumentovaný** – musíte preukázať, kedy a ako bol udelený

2. Opt-in vs. Opt-out

Všetky formy priamej marketingovej komunikácie vyžadujú **OPT-IN** – teda predchádzajúci súhlas príjemcu.

 **Neplatné:** „Ak nechcete dostávať naše ponuky, odznačte políčko“  **Platné:** „Zaškrtnite, ak chcete dostávať naše ponuky“

3. Oddelené súhlasy pre každý kanál

Už nemôžete použiť jeden všeobecný súhlas. Potrebujete samostatné súhlasy pre:

- Emailovú komunikáciu
- SMS správy
- Telefonické hovory
- Komunikáciu cez instant messaging (WhatsApp, Messenger)

Príklad správneho formuláru:

- ☐ Súhlasím so zasielaním marketingových ponúk emailom
- ☐ Súhlasím so zasielaním marketingových ponúk cez SMS
- ☐ Súhlasím s telefonickým kontaktovaním za účelom marketingu

4. Jednoduchý spôsob odvolania

Musíte poskytnúť **rovnako jednoduchý spôsob odvolania** súhlasu, aký bol spôsob jeho udelenia:

- Link na odhlásenie v každom marketingovom emaili
- Možnosť odhlásenia v SMS (napr. odpoveďou STOP)
- Jasné inštrukcie na webovej stránke
- Rýchla reakcia (najneskôr do 48 hodín)

Výnimky – kedy súhlas nepotrebuje

Existujúci zákaznícky vzťah (Soft Opt-in)

Môžete kontaktovať vlastných zákazníkov bez súhlasu, ak:

- Získali ste kontakt **pri predaji produktu alebo služby**
- Ponúkate **podobné produkty/služby** ako už kúpili
- Pri získaní kontaktu ste im **dali možnosť odmietnuť** takúto komunikáciu
- Pri každej komunikácii **umožníte odhlásenie**

Príklad: Zákazník si u vás kúpil notebook. Môžete mu posilať ponuky na príslušenstvo (myš, taška, software), ale nie ponuky na nehnuteľnosti.

B2B komunikácia

Komunikácia medzi firmami má **mierne voľnejšie pravidlá**, ale:

- Stále musíte rešpektovať žiadosti o neobťažovanie
- Musíte poskytnúť možnosť odhlásenia
- Nemôžete kontaktovať osobné kontakty zamestnancov (len firemné)

Čo konkrétne musíte urobiť do 12. novembra 2025?



1. Audit marketingových databáz (do augusta 2025)

Prejdite všetky svoje databázy kontaktov:

- **Ako ste kontakty získali?**
 - Z webového formulára (máte súhlas?)
 - Kúpili ste databázu (POZOR – problematické!)
 - Pri predaji (soft opt-in možný)
 - Zo sociálnych sietí (pravdepodobne nelegitímne)
- **Máte preukázateľný súhlas?**
 - Kedy bol udelený
 - Ako presne znelo zdelenie
 - IP adresa a timestamp
 - Aké kanály pokrýva

2. Kategorizácia kontaktov (do augusta 2025)

Rozdeľte databázu do kategórií:

- **Zelená** – máte platný súhlas, všetko v poriadku
- **Žltá** – existujúci zákazníci, soft opt-in aplikovateľný
- **Červená** – nemáte súhlas, musíte ho získať alebo prestať kontaktovať

3. Získanie chýbajúcich súhlasov (september-október 2025)

Pre kontakty v „žltej“ a „červenej“ kategórii:

Variant A – Re-permission kampaň: Pošlite JEDEN email s prosbou o potvrdenie záujmu:

- Vysvetlite zmenu legislatívy
- Požiadajte o potvrdenie súhlasu cez link
- Ak nepotvrdí – vyradte z databázy

Variant B – Prestať kontaktovať: Jednoducho vyradte kontakty bez platného súhlasu.

Variant C – Soft opt-in (len pre zákazníkov): Pokračujte v komunikácii, ale:

- Pridajte jasný disclaimer
- Uľahčite odhlásenie
- Zdokumentujte existujúci vzťah

4. Aktualizácia formulárov (do októbra 2025)

Všetky formuláre na webe musia obsahovať:

- **Samostatné zaškrŕavacie políčka** pre súhlas s marketingom (NEPREDVYPLNENÉ!)
- **Jasný a jednoduchý text** – čo presne získa súhlas
- **Link na politiku ochrany osobných údajov**
- **Informáciu o práve odvolať súhlas**

Zlý príklad:

Odoslaním formulára súhlasíte s našimi podmienkami.

Dobrý príklad:

☐ Súhlasím so zasielaním noviniek a špeciálnych ponúk emailom.

Súhlas môžem kedykoľvek odvolať kliknutím na odkaz v emaili.

Viac informácií v Zásadách ochrany osobných údajov.

5. Technická implementácia (do októbra 2025)

Systém na správu súhlasov:

- Zapnite double opt-in (potvrdenie emailom)
- Zaznamenávajte timestamp a IP adresu
- Evidujte znenie súhlasu (pre prípad sporu)
- Automaticky spracovávajúce odhlásenia

Email marketing nástroje:

- Mailchimp, Sendgrid, Mailerlite – väčšina má vstavaný consent management
- Skontrolujte, že odhlásenie funguje správne
- Pravidelne čistite neaktívne kontakty

CRM systémy:

- Pridajte polia pre sledovanie súhlasov
- Nastavte automatické tagy pre source kontaktov
- Vytvorte reporty pre audit

✅ 6. Aktualizácia marketingových šablón (do októbra 2025)

Každý marketingový email musí obsahovať:

- Jasné označenie odosielateľa
- Funkčnú fyzickú adresu firmy
- Jednoduché odhlásenie (najlepšie jeden klik)
- Vysvetlenie, prečo dostávajú email

SMS správy:

- Identifikácia odosielateľa
- Možnosť odhlásenia (napr. „Odhlásenie: odpíšte STOP“)
- Krátke a vecné (rešpektujte obmedzenú dĺžku)

✅ 7. Školenie tímu (do novembra 2025)

Zaškolenie všetkých, ktorí pracujú s kontaktmi:

- Marketingový tím – nové pravidlá kampaní
- Sales – pravidlá pre cold calling
- Zákaznícka podpora – ako riešiť žiadosti o odhlásenie
- IT – technická implementácia

✅ 8. Dokumentácia procesov (do novembra 2025)

Vytvorte písomné postupy:

- Ako získavať súhlasy
- Ako ich dokumentovať
- Ako reagovať na odhlásenia
- Ako riešiť sťažnosti

Špecifické scenáre

Newsletter

❌ **Nesprávne:** Nieкто si stiahne e-book a automaticky je prihlásený na newsletter.

✅ **Správne:** Pri sťahovaní e-booku je **samostatné zaškrŕavacie políčko:**
„☐ Chcem dostávať newsletter s tipmi a novinkami (voliteľné)“

Zimná komunikácia

 **Nesprávne:** Zavolať na číslo nájdené na webe firmy bez predchádzajúceho kontaktu.

 **Správne:**

- Kontaktovať na oficiálne firemné kontakty (nie osobné)
- Predstaviť sa a rýchlo vysvetliť účel
- Prijíť odmietnutie a evidovať žiadosť o neobťažovanie

Retargeting a online reklama

Retargeting (sledovanie užívateľov cez cookies a zobrazovanie reklám) je upravený v ePrivacy smernici a cookie consent.

Základné pravidlá:

- Potrebujete súhlas s marketingovými cookies
- Cookie lišta musí byť jasná a jednoduchá
- Musíte umožniť odmietnuť (nie len prijať všetko)
- Analytické cookies môžu byť výnimkou (ak sú anonymizované)

Súťaže a kampane

 **Nesprávne:** „Účasťou v súťaži súhlasíte s našim marketingom.“

 **Správne:**

- Účasť v súťaži nesmie byť podmienená súhlasom s marketingom
- Súhlas s marketingom môže byť **voliteľný** pri účasti
- Ale NIKDY to nesmie byť podmienka víťazstva

Sankcie za porušenie

Porušenie pravidiel elektronickej komunikácie môže viesť k pokutám:

- Až **100 000 €** za porušenie zákona o elektronických komunikáciách
- Až **20 miliónov € alebo 4 % obratu** za porušenie GDPR (ak súvisí s ochranou údajov)

Navyše:

- Poškodenie reputácie
- Strata dôvery zákazníkov
- Označenie ako spam → znížená doručiteľnosť emailov

Praktické tipy pre úspešný marketing

1. Kvalita nad kvantitou

Radšej menšia databáza so skutočným záujmom než veľká plná nútených súhlasov.

2. Transparentnosť buduje dôveru

Otvorene hovorte, prečo chcete kontakt a čo z toho bude mať príjemca.

3. Segmentácia

Posielajte relevantný obsah správnym ľuďom – znížite odhlásenina a zvýšite konverzie.

4. Testujte a optimalizujte

- A/B testy formulárov
- Meranie conversion rate pre súhlasy
- Analýza dôvodov odhlásení

5. Content marketing ako alternatíva

Menej závislí na priamom marketingu:

- Blog s hodnotným obsahom
- SEO optimalizácia
- Organické sociálne siete
- Partnerships a PR

Záver

Zmeny v priamom marketingu od 12. novembra 2025 a v ochrane údajov od 1. januára 2026 môžu znejsť ako byrokratická záťaž, ale v skutočnosti vytvárajú zdravšie prostredie pre etický marketing. Firmy, ktoré sa na ne správne pripravujú, môžu získať konkurenčnú výhodu v podobe:

- Vyššej angažovanosti (kontakty skutočne zaujímajúce)
- Lepšej deliverability (menej spam reportov)
- Silnejšej reputácie (dôveryhodnosť u zákazníkov)
- Nižších rizík (compliance s legislatívou)

Nezačínajte až na poslednú chvíľu – november 2025 je za rohom. Začnite s auditom už dnes a postupujte systematicky podľa nášho plánu. Vaši zákazníci (a váš právnik) vám budú vďační.

Potrebujete pomoc s prípravou marketingovej komunikácie na nové pravidlá? Kontaktujte špecialistov, ktorí vám pomôžu s re-permission kampanou, nastavením súhlasov a technickou implementáciou tak, aby ste 12. novembra 2025 boli v súlade s legislatívou.

📁 Právny základ

◀ Vzory GDPR dokumentov pre rok 2026: Kompletný sprievodca pre firmy a organizácie

Technická ochrana údajov v roku 2026: Šifrovanie, anonymizácia a bezpečnostné opatrenia ▶



gdpr
vzor 2026

Oslovte nás pre možnosti spolupráce



Radi by sme bližšie preskúmali vaše potreby a ciele, aby sme mohli lepšie porozumieť, ako by sme mohli spolupracovať.

KONTAKTUJTE NÁS



© 2026 Powered by Webpomoc

Ochrana súkromia