

Customer Data Ethics: 7 dicas do Hype Cycle Gartner sobre o tema

A última edição do [Gartner Hype Cycle for Marketing Digital](#) apresenta uma série de tendências de inovação para o marketing digital. Uma das que se destaca é Customer Data Ethics.

Esta tendência, que deve ganhar mais força entre 5 e 10 anos, trata da abordagem de estratégias consistentes para promover o alinhamento das práticas de negócio com os valores declarados de uma empresa e o tratamento ético dos dados dos seus clientes.

A ascensão da tomada de decisão automatizada, livre de restrições algorítmicas moral ou eticamente fundamentadas, elevou os riscos de práticas de marketing antiéticas a um novo nível de preocupação.

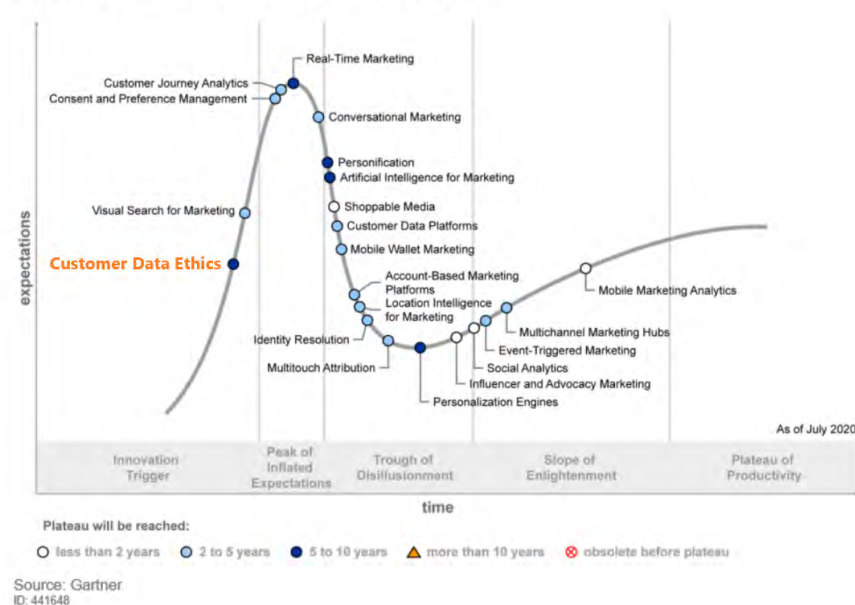
Como conduzir uma estratégia de Customer Data Ethics

A necessidade de atenção ao tema surge das consequências sociais e ambientais, muitas vezes não intencionais, do uso dos dados dos consumidores com o objetivo único de maximizar os lucros.

De forma intencional ou não, **os sistemas aprenderão a explorar as fraquezas das pessoas** e poderão perpetuar comportamentos não éticos se isso aumentar os lucros.

Abordar essas questões exigirá uma mudança coletiva nas prioridades e reconhecimento de que a demanda por tratamento ético dos dados do cliente se intensificará à medida que os abusos aconteçam.

Hype Cycle for Digital Marketing, 2020



Por onde começar

- 1 Estabeleça prioridades de marketing de maneira consciente.
- 2 Defina compromissos explícitos com iniciativas éticas.
- 3 Operacionalize avaliações éticas sobre a tomada de decisão automatizada.
- 4 Considere a geografia, os grupos de audiência e a cultura local como variáveis importantes nas definições de comportamento ético.
- 5 Identifique impactos das promoções e publicidade direcionadas e aplique restrições calculadas se necessário.
- 6 Desenvolva uma abordagem ética confiável para os dados do cliente.
- 7 Mobilize agentes de mudança e encontre oportunidades para alinhar os esforços para aumentar as iniciativas éticas.

Ter uma política que priorize o tratamento ético dos dados do cliente não significa parar de coletar dados ou evitar análises avançadas, mas sim incorporar a ética em todas as aplicações de tecnologia que sua empresa usa ou pode vir a usar.

Quer conhecer outras tendências do Hype Cycle Gartner?

Confira nosso infográfico sobre o tema!