



曾兄弟的陈翠萍女士说，充分地尊重和保护个人资料让用户体验完整，也确保客户有个一级棒的假期。

### 挑战

妥善处理上千人对于资料保护方面的偏好，并且在遵守PDPA时也保持良好的用户体验是曾兄弟旅行社所面临的挑战。

### 行动

- 设立个人资料保护团队来监察PDPA的要求，并协助同事遵守该法令
- 加强信息技术的保安和在线通报，为客户提供退出市场营销和宣传推广的选项
- 专属的电邮账户来处理获取和修正的请求

### 收获

- 提高客户对曾兄弟的信心与信赖
- 更好的用户体验让网上交易的数量有所增加
- 内部能更有效地处理客户个人资料

# 旅行社为保护个人资料付出更大的努力

对曾兄弟旅行社来说，确保妥当使用客户个人资料的工作不单只限于管理12万客户的资料库。

游客合照留念是旅行中常见的事情，这也是旅行社吸引游客参加明星旅游配套最大的卖点之一。曾兄弟旅行社（曾兄弟）是其中一个提供这种机会的旅行社 - 游客可以与自己喜欢的明星合影，甚至出现在电视节目“我的导游是明星”里。在这个本地的实境游记节目中，受邀的本地艺人将扮演着导游的角色，并且“带领”旅游团队到海外。

今年已迈入第11季，这个成功的节目是曾兄弟在实行个人资料保护措施时比较关注的，因为整趟旅程将被录下并且在电视上播出。

曾兄弟高级业务发展经理（电子商务营销）与资料保护负责人陈翠萍女士说：“不是每个在旅游团里的人都想上电视或出现在我们用在营销传播的照片里。即使参加明星旅游，也不一定表示他们想被拍入照片或影片中。”

为了确保妥善执行个人资料保护法令（Personal Data Protection Act, 简称PDPA），曾兄弟让客户决定个人资料要如何被收集，使用和披露，并且会通知客户以确保他们了解整个旅程的性质。客户可以在购买旅游配套时表明自己对被拍入照片或影片的偏好，尤其是整趟

旅程被录下且呈现在电视上的明星旅游配套。

在旅游出发前的讲解会中，曾兄弟的旅游顾问会再次口头上提醒游客及通知领队他们在旅程的偏好。

### 360度用户体验

客户偏好的管理并不限于旅行的期间，从客户联络曾兄弟的那一天开始，直到旅程配套结束以后，都需要跟进处理。

公司的标准操作流程是在客户表示对参加旅游配套感兴趣时，必须事先通知客户收集他们个人资料的目的。这个步骤是由柜台工作人员完成。这些资料一般上是为了让客户帮助客户预定酒店或机票的服务。

至于市场营销，客户有退出的选项。陈女士说：“我们做的改变之一是让内部信息技术团队为客户提供退出的选项。这个看似很小的改变让客户的体验有很大的不同。”

内部信息技术团队也负责定期检讨旅行社信息技术的安全措施，以及跟进网络安全的最新动向，以确保公司有充足的网上交易安全措施。目前的措施，譬如：安全登录，自动退出装置，系统化

更新连线防火墙等，都通过修补程序不断地获得更新，以确保保护客户资料的系统没有疏漏。

陈女士进一步说：“有了更强的信息技术保安，客户在进行网上交易时也感到更安心，这对我们的收入来源和用户体验都有正面的影响。”

由于公司的手机短信和直达电邮资料库有了大约12万客户和跟随者的个人资料，而提供和维持正确的个人资料是PDPA的规定，曾兄弟因此设定了专属的电邮账户，以处理所有关于使用和修改个人资料的请求。

### 内部程序也重要

除了确保妥善执行前线的业务，公司也加强了内部个人资料保护的措施，帮助员工更完善地处理这些个人资料。譬如：硬件报名表现在必须切碎后才能扔掉。个人资料，如已过时的旅游预订资料，也开始设定保留期。外部供应商也必须遵守曾兄弟的资料保护措施。

陈女士进一步说曾兄弟的资料保护措施已上载到公司的内部网络，以方便员工随时参考。身为资料保护负责人，她经常主办培训班让员工跟上最新

的资料保护措施和做法。

陈女士有一个团队给予支援，团队成员包括每个部门如网上贸易，市场通讯，客户服务，信息技术，人力部和金融部门的指定工作人员。团队会每三个月检视在部门内现有的工作形式，确保在保护客户个人资料方面没有漏洞。

### 保护个人资料值得执行

虽然需要一些时间适应，陈女士说有针对性的营销即快捷又有效。

她解释：“我们现在只发送手机简讯给愿意以此方式收到消息的客户，我们的促销因此更有效。把电话销售名单和“谢绝来电”名单进行对比和检查也相当快速。我们通常只需一天就能检查完毕。”

除了支付为电话销售名单和“谢绝来电”名单进行对比和检查的费用，陈女士将遵守PDPA最大的成本归于执行公司资料保护措施时花的时间和资源。

陈女士说：“我们的努力是值得的，因为客户现在更明白我们的个人资料保护措施和做法。我们的措施让工作程序更透明化，也提高了客户对我们的信任。”