

Co je opt-in

Poslední aktualizace 25 března, 2025

Opt-in je proces, při kterém uživatel dobrovolně a aktivně uděluje souhlas se zasíláním marketingových sdělení, odběrem [newsletteru](#), ukládáním cookies nebo jinou formou komunikace. Princip se široce využívá v digitálním marketingu, [e-mailovém marketingu](#), ochraně osobních údajů a v oblasti souhlasu s [cookies na webových stránkách](#).

Typy opt-in

Existují **dvě hlavní varianty** opt-in mechanismu:

- 1. Single opt-in** – uživatel se přihlásí k odběru například tím, že vyplní formulář nebo zaškrtně políčko souhlasu. Další potvrzení není vyžadováno a jeho e-mailová adresa je **ihned zařazena do databáze**.
- 2. Double opt-in** – po vyplnění formuláře dostane uživatel potvrzovací e-mail, ve kterém musí svůj souhlas znovu potvrdit kliknutím na odkaz. Tento proces minimalizuje riziko falešných registrací a **zvyšuje kvalitu databáze kontaktů**.

Opt-in a legislativa

Použití opt-in mechanismu je klíčové pro dodržování právních předpisů týkajících se ochrany osobních údajů, jako je [GDPR](#) (Obecné nařízení o ochraně osobních údajů).

Regulace vyžadují, aby uživatelé poskytli informovaný souhlas s přijímáním marketingových sdělení, a zároveň jim umožňují se z odběru kdykoliv odhlásit (**opt-out**).

Výhody opt-in přístupu

Používání opt-in strategie přináší řadu výhod jak pro firmy, tak pro uživatele:

- 1. Vyšší kvalita kontaktů** – pouze lidé se skutečným zájmem se přihlásí k odběru.
- 2. Nižší riziko spamových stížností** – dobrovolně poskytnutý souhlas znamená menší pravděpodobnost, že e-maily skončí ve [spamu](#).
- 3. Soulad s legislativou** – správné nastavení opt-in mechanismu firmám pomáhá vyhnout se pokutám za neoprávněné zpracování osobních údajů.
- 4. Důvěryhodnější komunikace** – respektování soukromí uživatelů a jejich volby posiluje důvěru ve značku.

Opt-in tedy představuje etický a efektivní způsob, jak **budovat kvalitní vztahy** se zákazníky a zároveň **dodržovat platné právní předpisy**.