

Identity is de aanjager van digital trust



In een wereld die steeds digitaal wordt, wordt van consumenten en burgers elke keer verwacht dat zij hun persoonlijke gegevens delen, op nieuwe manieren en voor nieuwe doeleinden. Hoewel het merendeel van de consumenten zich online steeds vaker comfortabeler voelt, verwachten consumenten en burgers wel een veilige & consistente service, in ruil voor hun persoonlijke informatie.

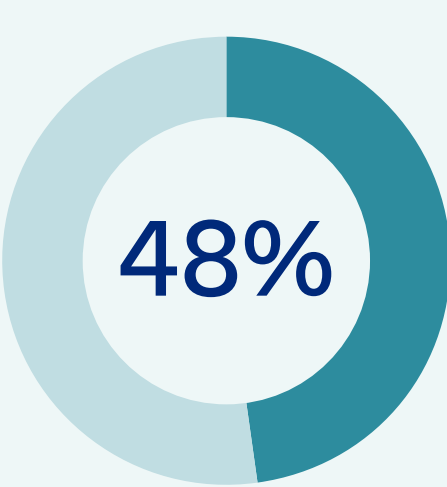
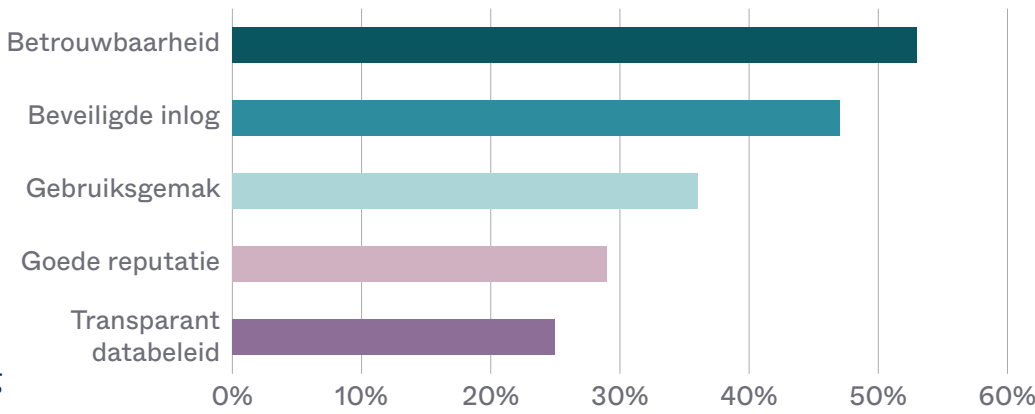
Zorgen voor probleemloze digitale ervaringen is cruciaal om vertrouwen te verdienen – en volgens ons onderzoek* start dit vertrouwen bij digital identity.

Een goed beveiligde inlog & betrouwbaarheid zijn de belangrijkste aanjagers van digital trust

Vertrouwen begint bij de allereerste kennismaking : het vermogen om veilig in te loggen. Dit bleek samen met betrouwbaarheid het meest belangrijke aspect voor het opbouwen van digitaal vertrouwen onder Nederlandse consumenten.

Belangrijkste aspecten voor vertrouwen in online interacties

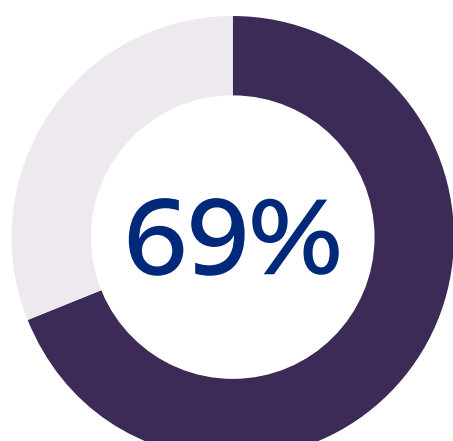
Gemiddeld beeld van alle sectoren (detailhandel, financiële dienstverlening, reizen, overheid, gezondheidszorg en nutsvoorzieningen).



van de Nederlanders die niet bereid zijn om persoonlijke gegevens te delen voor een digitaal ID geven aan dat zij twifelen over de bescherming van hun gegevens

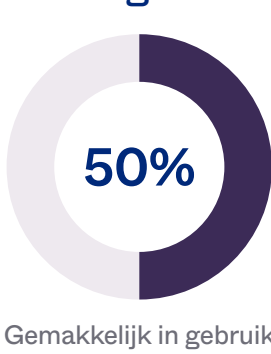
Digitale identiteitsbewijzen winnen terrein

Voor overheden is vertrouwen in digitale identiteitsbewijzen en vaccinatiespoorten van cruciaal belang om inwoners weerbaar te maken tegen de pandemie.



van de Nederlanders voelt zich goed bij de verwerking van hun persoonlijke gegevens voor een digitaal identiteitsbewijs

Waarom voelen zij zich goed?



Gemakkelijk in gebruik

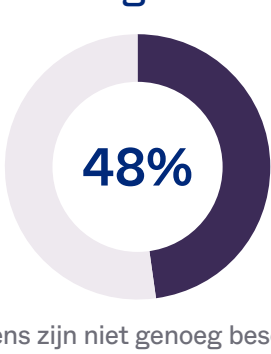


Alle informatie op 1 plek



Niet zo makkelijk te verliezen als een fysieke ID

Waarom voelt het niet goed?



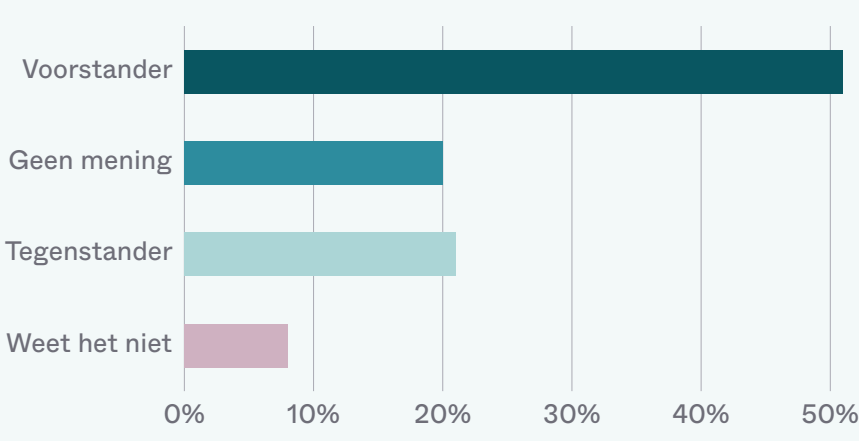
Gegevens zijn niet genoeg beschermd



Organisaties gebruiken gegevens niet op de juiste manier

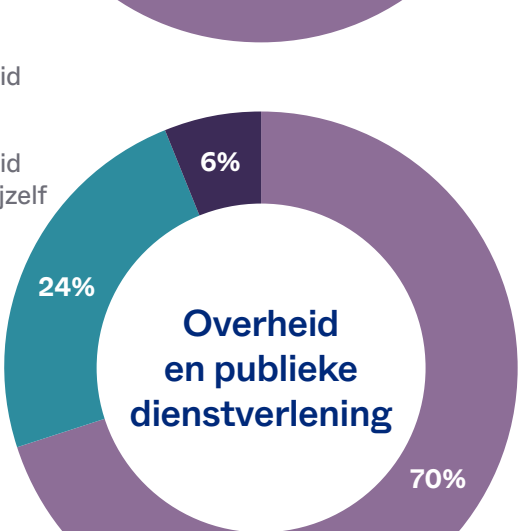
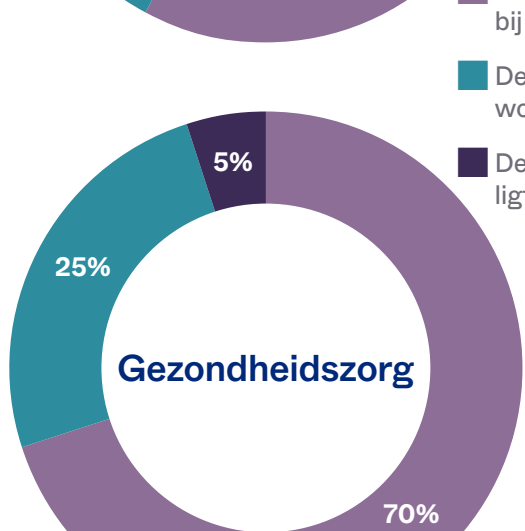
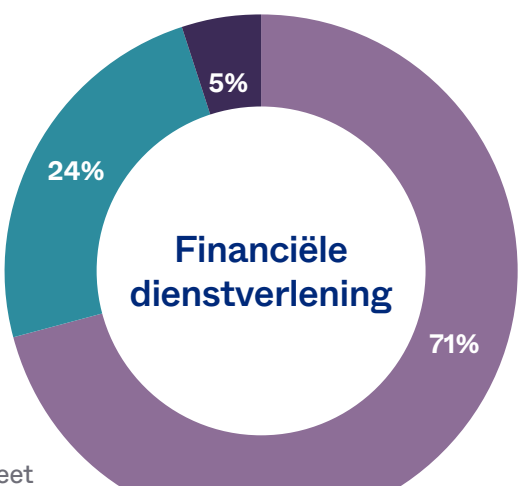
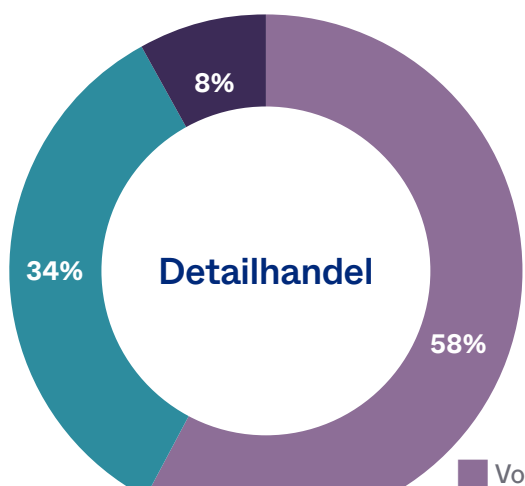
Wat vinden Nederlanders van een door de overheid ingestelde technologie voor vaccinatiespoorten?

Voor veel Nederlanders is het vaccinatiespoort een eerste kennismaking met een digitaal identiteitsbewijs. Slechts een klein deel steunt de invoering hiervan niet.



Consumenten houden de organisatie verantwoordelijk voor hun persoonlijke gegevens

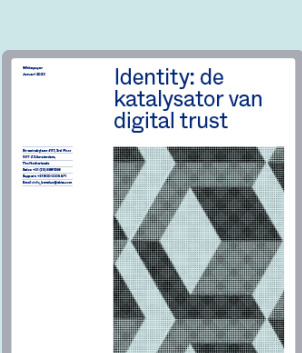
Consumenten blijken organisaties in alle sectoren verantwoordelijk te houden voor het beschermen van hun persoonlijke digitale identiteit en gegevens in plaats van henzelf.



5 methoden om vertrouwen te verzekeren door middel van CIAM

Probleemloze digitale ervaringen zijn bouwstenen voor vertrouwen. Hier zijn 5 manieren hoe Customer Identity & Access Management (CIAM)-oplossingen zoals van Okta digitale ervaringen kunnen verbeteren en groei op de lange termijn kunnen creëren.

- 1 Focus op UX**
Zorg voor een snel en eenvoudig inlogproces met minimale input van gegevens
- 2 Maak gebruik van next-level beveiliging**
Bouw vertrouwen op met multi-factor authenticatie
- 3 Personaliseer de ervaring**
Creëer een afzonderlijke betrouwbare ervaring voor elke klant
- 4 Automatiseer compliance**
Bescherm privacy door consent te automatiseren
- 5 Wees consistent**
Creëer een aangename ervaring die doorgezet wordt op alle apparaten en merken



Meer informatie over de het niveau van digital trust in Europa lees je in het volledige rapport: Identity: The Digital Trust Accelerator.

[Zie het volledige rapport](#)

Bouw aan vertrouwde digitale ervaringen met Okta

Identity staat aan de basis van uitzonderlijke klantervaringen. Gebruik de customer identity-oplossingen van Okta voor een probleemloze inlog en registratie die door klanten en ontwikkelaars zeker worden gewaardeerd. Met meer dan 7000 vooraf geïnstalleerde integraties voor applicaties en providers van infrastructuur is Okta een vertrouwde partner voor 14.000+ organisaties wereldwijd. Zij vertrouwen op Okta voor veilige digitale interacties en razendsnelle innovaties.

* Okta en Statista hebben ruim 1.500 Nederlanders ondervraagd naar hun vertrouwen op het gebied van digitale dienstverlening door de overheid, detailhandel, financiële dienstverlening en gezondheidszorg.