'Cybersecurity is omzetkans voor retailers'

11-05-2018 14:50



Consumenten zijn bereid meer te besteden bij winkels die hun digitale beveiliging op orde hebben. Op basis van de gemiddelde jaarlijkse consumentenuitgaven is een potentiële jaarlijkse omzetstijging van 5,4 procent mogelijk, blijkt uit onderzoek van Capgemini.

Voor het onderzoek zijn zesduizend consumenten en tweehonderd retailmanagers ondervraagd. 77 procent van de consumenten noemt cybersecurity als de op twee na belangrijkste factor bij de keuze voor een retailer. Alleen de kwaliteit van het product en het productaanbod krijgen meer prioriteit, terwijl prijs en merkreputatie als minder belangrijk worden gezien. Verder neemt de klanttevredenheid van retailers die inzetten op cybersecurity en dataprivacy met gemiddeld dertien procent toe. In Nederland is deze toename slechts zeven procent, het laagst van alle onderzochte landen.

Uit het onderzoek blijkt verder dat gemiddeld veertig procent van de consumenten bereid is om minstens twintig procent meer uit te geven bij (web)winkels die zij vertrouwen op gebied van cybersecurity. In Nederland is dit percentage ongeveer dertig procent.

Er is geen verband tussen de garanties die consumenten verlangen en de acties van retailers, zien de onderzoekers verder. Zo wil zeventig procent van de consumenten de garantie dat hun persoonlijke en financiële gegevens beveiligd zijn, terwijl slechts 44 procent van de retailers zijn klanten daar actief over informeert. Ook heeft veertig procent van de retailers in de afgelopen drie jaar een datalek meegemaakt waarbij financiële of persoonlijke gegevens van klanten zijn geschaad, terwijl maar 21 procent van de

consumenten zegt iets te hebben gehoord over hun primaire retailer in relatie met een datalek.