

Studenten: bouw aan digitaal vertrouwen!

INDUSTRY WIRE

Geplaatst door: InHolland
10 november 2015 - 15:32

“Bouw nu aan digitaal vertrouwen door serieus met ons te communiceren en onze gevoelens van digitale onveiligheid weg te nemen.” Dat was de boodschap van Francis Bak en Jennifer Smit voor verzekeraars en hypotheekverstrekkers tijdens het congres ‘De consument in de keten(en)’ in Zeist, afgelopen donderdag. De derdejaars

studenten Communicatie van InHolland Rotterdam roepen de financiële dienstverleners op om niet alleen in te zetten op marketingcampagnes als zij jongeren willen bereiken. Deze campagnes zorgen meer voor wantrouwen dan vertrouwen.

Jongeren zijn zich, meer dan voorgaande generaties, bewust van digitale gevaren die gevolgen kunnen hebben voor hun eigen persoonlijke en financiële integriteit. Juist omdat ze zijn opgegroeid in de online wereld kennen zij hiervan ook de keerzijde. Zij zijn zich erg bewust van de risico’s voor hun privacy en vertrouwen financiële dienstverleners daarom niet bij voorbaat met hun persoonlijke gegevens. Dit gevoel van gebrek aan veiligheid maakt hen méér traditioneel dan tot nu toe is aangenomen.

Verrassend onderzoeksresultaat

Dit zijn de belangrijkste conclusies uit het onderzoek ‘Bouwen aan Digitaal Vertrouwen’, dat Francis en Jennifer presenteerden tijdens het congres. De studenten lopen stage bij het financiële en strategische communicatieadviesbureau [Value@Stake](#) en voerden het onderzoek uit in opdracht van [stichting SIVI](#) (het standaardisatie-instituut voor de verzekeringsbranche) en [HDN](#) (Hypotheek Data Netwerk) onder meer dan vijfhonderd jongeren van 18 tot 25 jaar.

“Omdat jongvolwassenen zijn opgegroeid met het internet en hun hele sociale leven regisseren met smartphones of tablets, nemen aanbieders van verzekeringen en hypotheekaan dat zij ook hun financiële toekomst volledig online willen regelen”, vertelt SIVI-directeur Peter Mols. “Maar dit onderzoek toont juist aan dat vooral het fysieke, persoonlijke kanaal bepalend is voor het vertrouwen dat de consument van morgen in financiële dienstverleners stelt.”

Focus op persoonlijk advies

“Zeker bij hypotheekaan voor toekomstige woonconsumenten speelt de adviseur een doorslaggevende rol”, zegt HDN-directeur Dorine van Basten. “Juist de persoonlijke adviseurs wekken het vertrouwen.” Jennifer zegt dat hypotheekverstrekkers en verzekeraars die denken dat de consument van de toekomst alles online wil regelen, een vertekend beeld hebben van onze generatie. “De toenemende digitalisering van advies- en aankoopprocessen leidt bij de meeste van onze leeftijdsgenoten tot bezorgdheid over de veiligheid van hun privégegevens.”

Francis voegt daaraan toe dat het persoonlijke aspect voor de consument van morgen onderdeel moet blijven uitmaken van het digitale advies- en aankoopproces. “Maar als wij een advies aan de sector mogen geven, dan is dat: begin vandaag nog met bouwen aan digitaal vertrouwen!”