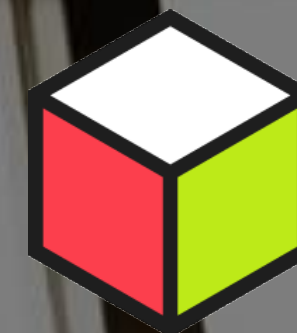


shopping
tomorrow

Eén e-commerce login? Verlaagt frictie en verhoogt conversie.

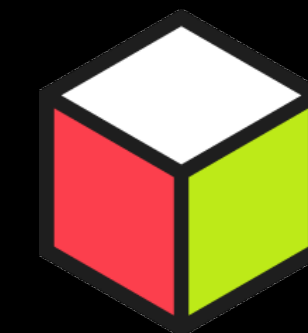


thuiswinkel
.org



De consument anno 2019





Chinese shoppers are in the lead
EU shoppers catching up, but slowly



“My mobile device is quickly becoming my
most important shopping tool.”



手机人行道

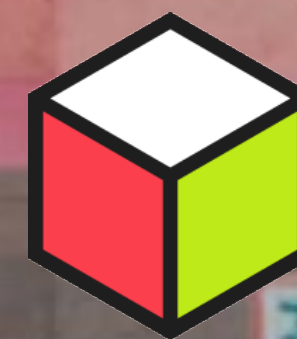
First mobile phone
sidewalks in China



允许使用手机
但风险自负
CELLPHONES
WALK IN THIS LANE
AT YOUR OWN RISK



请勿使用手机
NO CELLPHONES





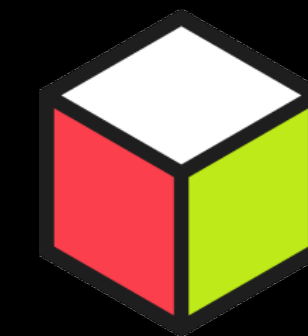


- Prefereert relevante en persoonlijke communicatie
- Kiest eigen kanaal op moment dat schikt
- Terughoudend met App downloads en het delen van persoonlijke informatie

**...wordt
steeds
kritischer**

**Tijd is
de nieuwe
valuta**





Consument is vaak overzicht kwijt

15–20

**Gemiddeld
aantal online
accounts met
wachtwoord**

22%

**Is vaak het
wachtwoord
vergeten**

74%

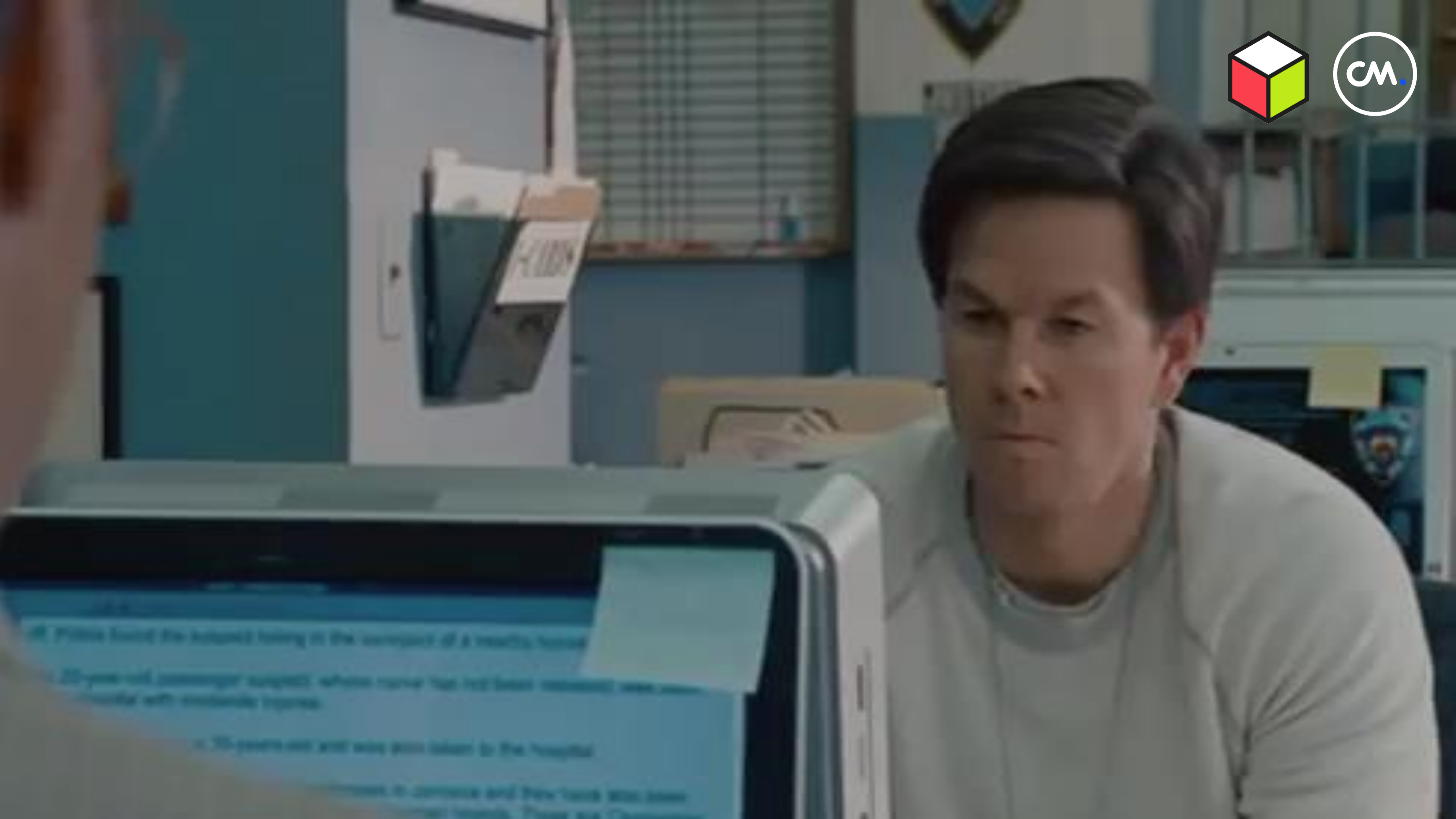
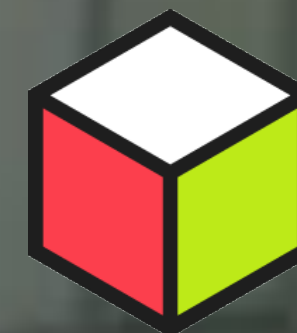
**Vindt het
vervelend om bij
een nieuw account
steeds een nieuw
wachtwoord te
verzinnen**

77%

**Vindt het
vervelend om bij
een nieuw account
steeds alle
informatie in te
vullen**

15

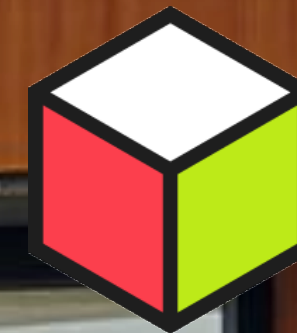
**Gemiddeld
aantal
invulvelden**

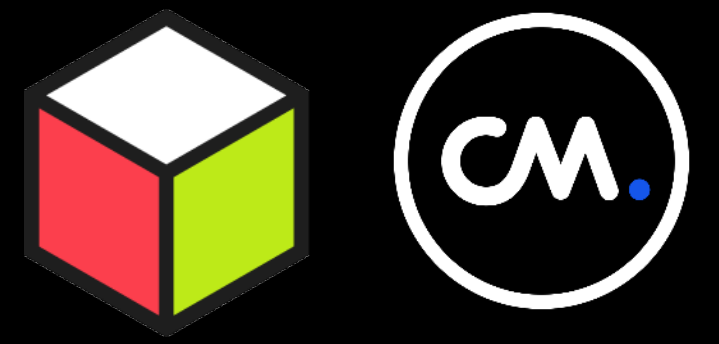




**Is account- en
inlogellende een
ongevoelde pijn?**

Waarom is CM.com gevraagd?





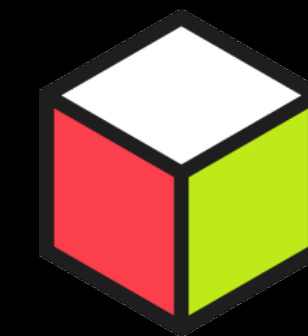
Retail experts erkennen het 'accountprobleem'

84%

Heeft meer dan 15
online accounts

81%

Is regelmatig tot vaak
een wachtwoord vergeten



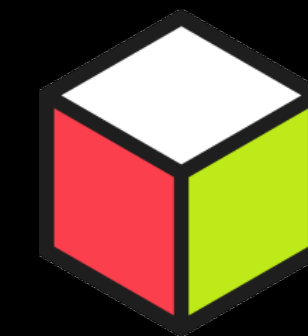
Frictie en irritatie leidt tot afhakers

75%

**Verlaten
winkelmandjes, waarbij
aankoop niet is
afgerond**

27%

**Rondt bestelling
winkelmandje niet af
vanwege vergeten
wachtwoord of account
verplichting**



En veiligheidsrisico's

42%

**Kiest tegen beter
weten in een
minder veilig
wachtwoord**

50%

**Gebruikt weleens
social logins zoals
Facebook**

73%

**Van jongeren
(16–24) gebruikt
social logins**

56%

**Maakt zich
zorgen over
veiligheid van
persoonlijke
gegevens op het
internet**



Waarom gebruiken we social logins?

Voordelen consument

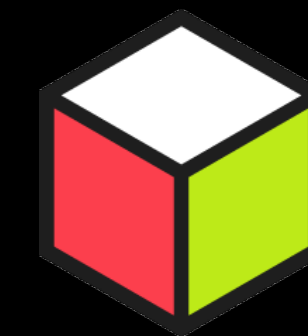
- Snelle registratie, geen extra wachtwoord
- Voelt vertrouwd, koppeling social functionaliteiten
- Eenvoudig in gebruik op mobiel

Nadelen retailer

- Geen relevante data
- Account takeovers
- Gaat ten koste van data
- Afhankelijk van derde partij



Is één centrale login voor online
shoppen in Nederland een
uitkomst?



De behoefte is er!

79%

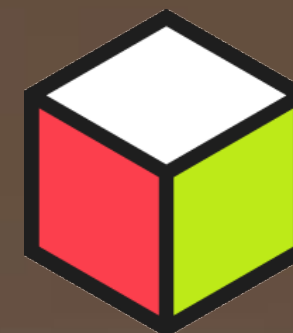
**Heeft behoefte aan één
veilige inlogmethode
voor alle accounts**

66%

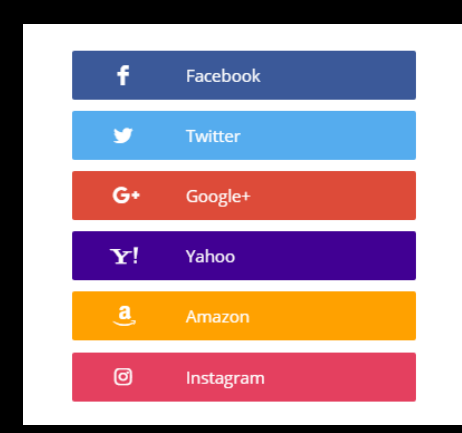
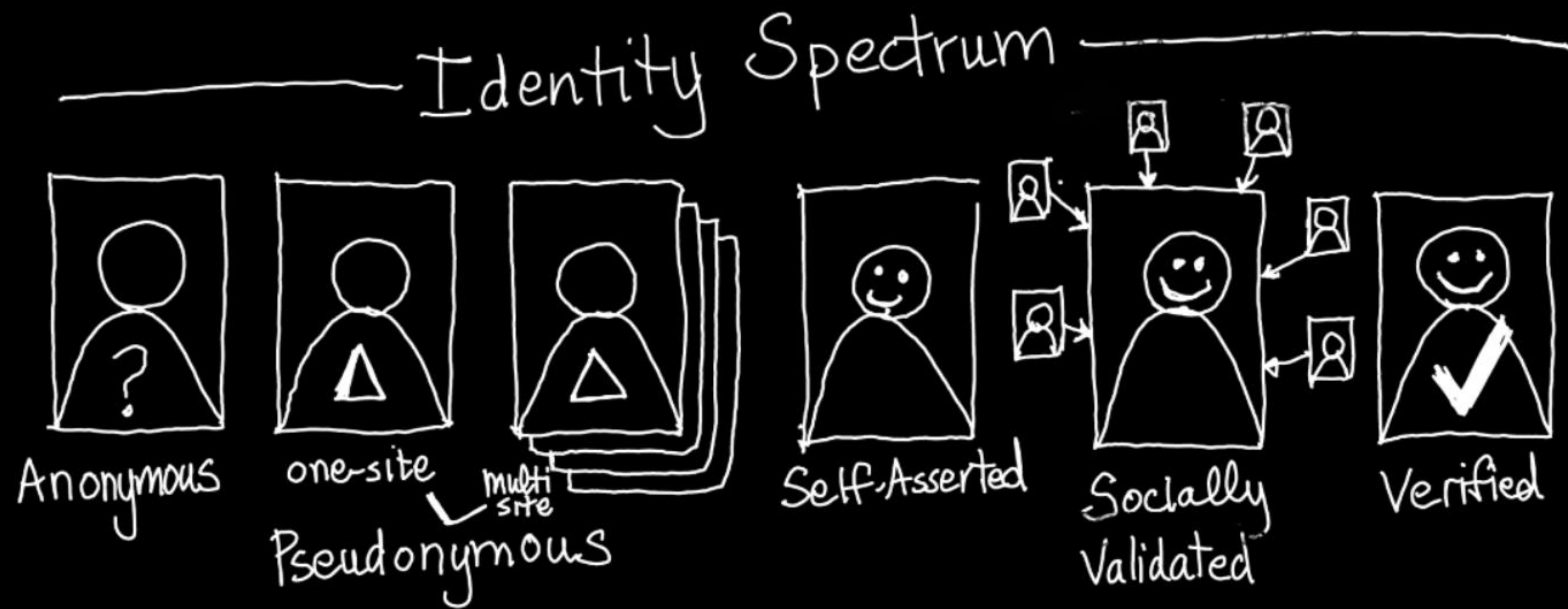
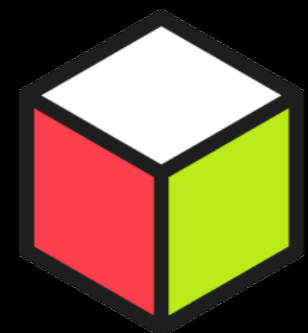
**Vindt met één
inlogmethode shoppen
bij meerdere webwinkels
gemakkelijk**

83%

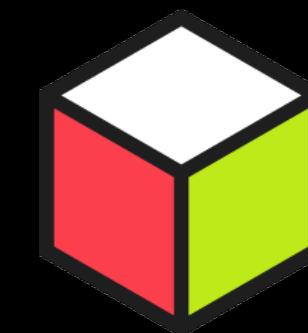
**Van Retail experts
zou gebruik
maken van één
account voor
meerdere
webwinkels**



**AVG vraagt om nieuwe manier van
omgaan met persoonsgegevens**







Thuiswinkel.org heeft het vertrouwen

94%

**Van online
shoppers is
bekend met
Thuiswinkel
Waarborg**

24%

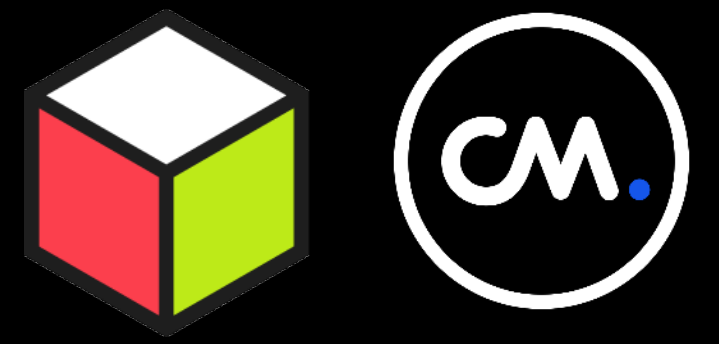
**Shopt uitsluitend
bij webwinkels met
Thuiswinkel
Waarborg**

2200

**Retailers
aangesloten bij
Thuiswinkel.org**

75%

**Van Nederlandse
e-commerce
omzet**



Retail experts zien ook een rol voor Thuiswinkel

82%

**Geeft aan dat het
toegevoegde waarde
heeft als Thuiswinkel zich
aan één generiek
inlogaccount verbind**



Connect with Facebook



Connect with Twitter



Connect with Google

Login with Account

OR

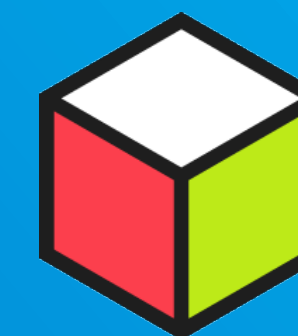
CREATE NEW ACCOUNT:

NAME

EMAIL

PASSWORD

Create Account



OR

CREATE NEW ACCOUNT:

NAME

EMAIL

PASSWORD

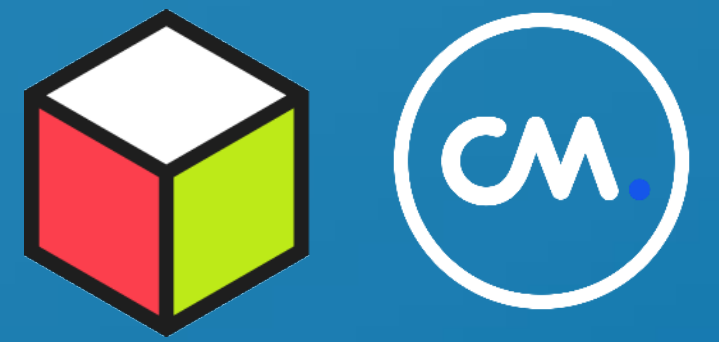
Create Account



Learnings

- Datavelden zijn conversiekillers.
- Eén centrale login naast bestaand account gaat niet ten koste van klantrelatie.
- Kosten voor huidige account- en inlogoplossing zijn lastig inzichtelijk te maken.

Besef dat we allemaal (en vooral de consument) profijt kunnen hebben van één centrale login.



Takeaways

Consumenten ervaren frictie door veelvoud
aan accounts en wachtwoorden.

Retailers zien deze frictie terug in conversieverlies,
maar kijken nog niet naar oplossingen.

Retailers zien voordelen van één centrale login,
mits Thuiswinkel.org zich hieraan verbindt
én de veiligheid is gewaarborgd.



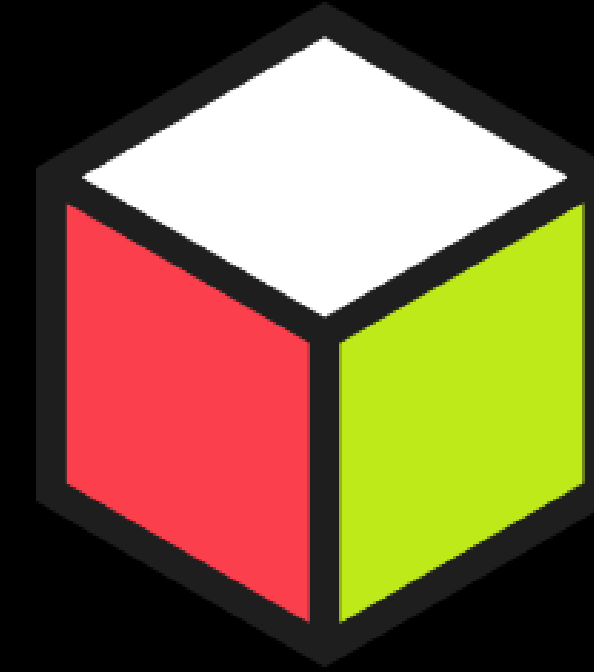
CM.com - Stand 243



Joris Oomen

joris.oomen@cm.com

06 309 95 681



thuiswinkel
.org

Thuiswinkel - Stand 148



Just Hasselaar

justhasselaar@thuiswinkel.org

06 317 660 89