



AFTERNOON UPDATE: MARKETEER, WAT GA JIJ DOEN NA 25 MEI?

24 mei 2018

DATA DRIVEN MARKETING ASSOCIATION



PROGRAMMA

- **14.35** DDMA Privacy Monitor
- **15.05** Presentatie DDMA Wat ga je doen na 25 mei?
- **15.35** Update uit Brussel - What is ePrivacy and what is the current state of affairs?
- **16.00** Dialoog met de Autoriteit Persoonsgegevens
- **16.30** Paneldiscussie: Reinier Treep (NUON), Udo Oelen (NS), Matthias de Bruyne
- **17.00** Afsluiten + Borrel



WE GAAN STEMMEN, DIT IS WAT JE MOET DOEN:

Ga naar: npgo.nl

Code: 147-wjarjf



1) TEST STELLING: IS JOUW ORGANISATIE KLAAR VOOR DE AVG?



PRIVACY MONITOR 2018

24 mei 2018

DATA DRIVEN MARKETING ASSOCIATION



DE CONTEXT

- Tweede editie van de DDMA Privacy Monitor
- 1.045 respondenten
- Internationaal onderzoek: Uitgevoerd in 10 landen

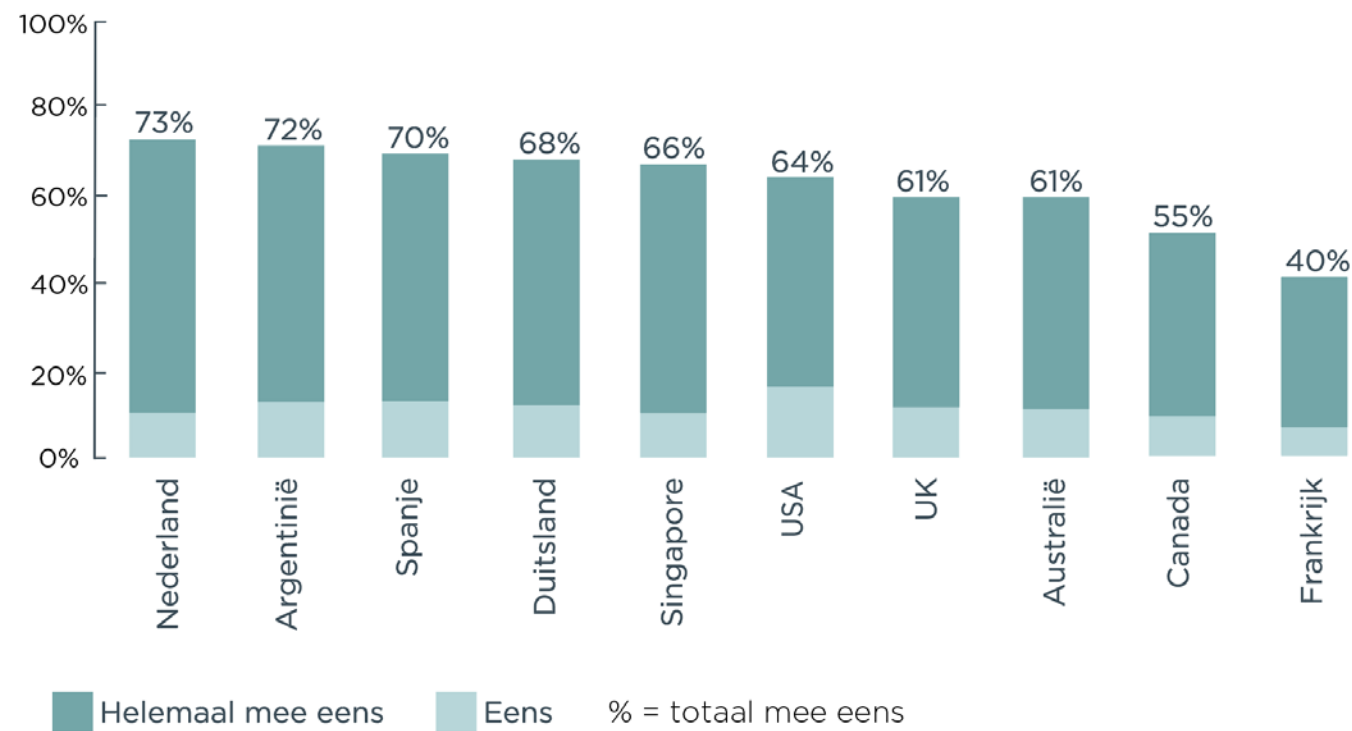


1. STELLING

“Ik ben me meer bewust van hoe data wordt gebruikt en verzameld dan vroeger”



Internationaal - Stelling: “Ik ben me meer bewust van hoe data wordt gebruikt en verzameld dan vroeger.”





DE PRAGMATICUS

39%
34% 2016



DE ONBEZORGDE

35%
38% 2016

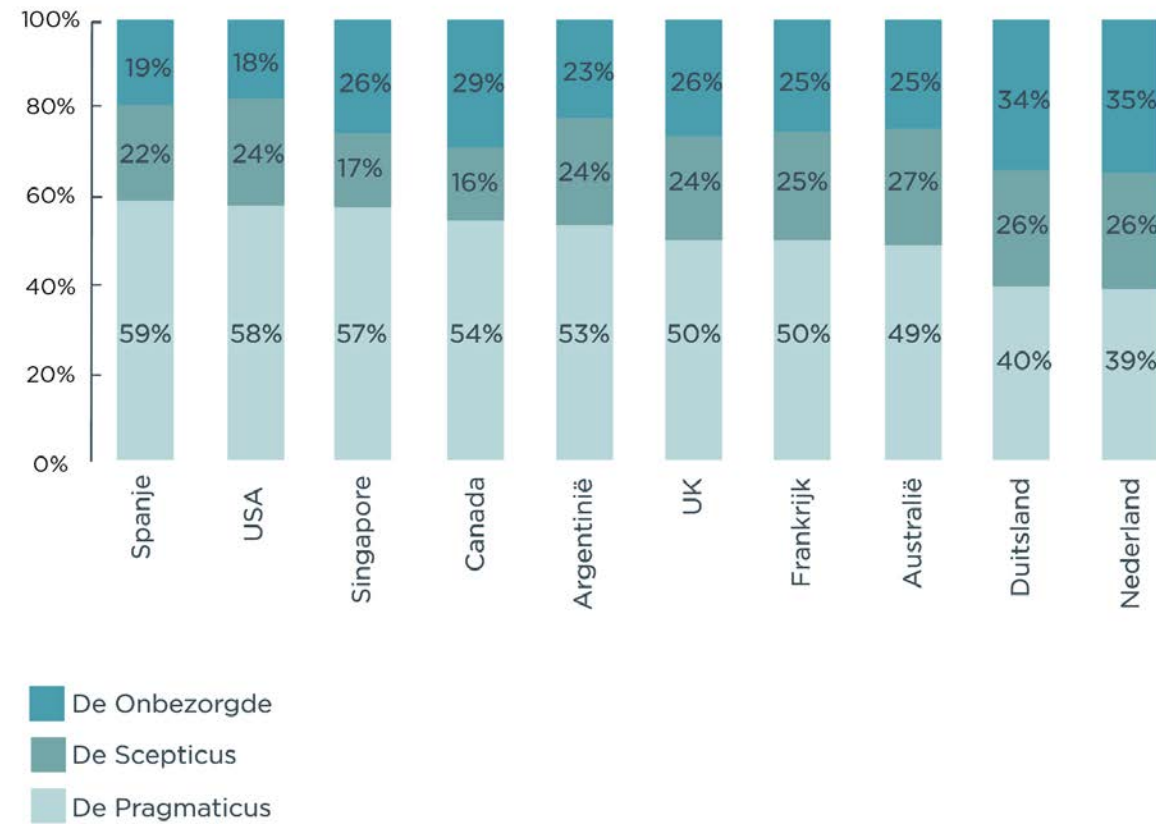


DE SCEPTICUS

26%
28% 2016



Internationaal - Doelgroep segmenten



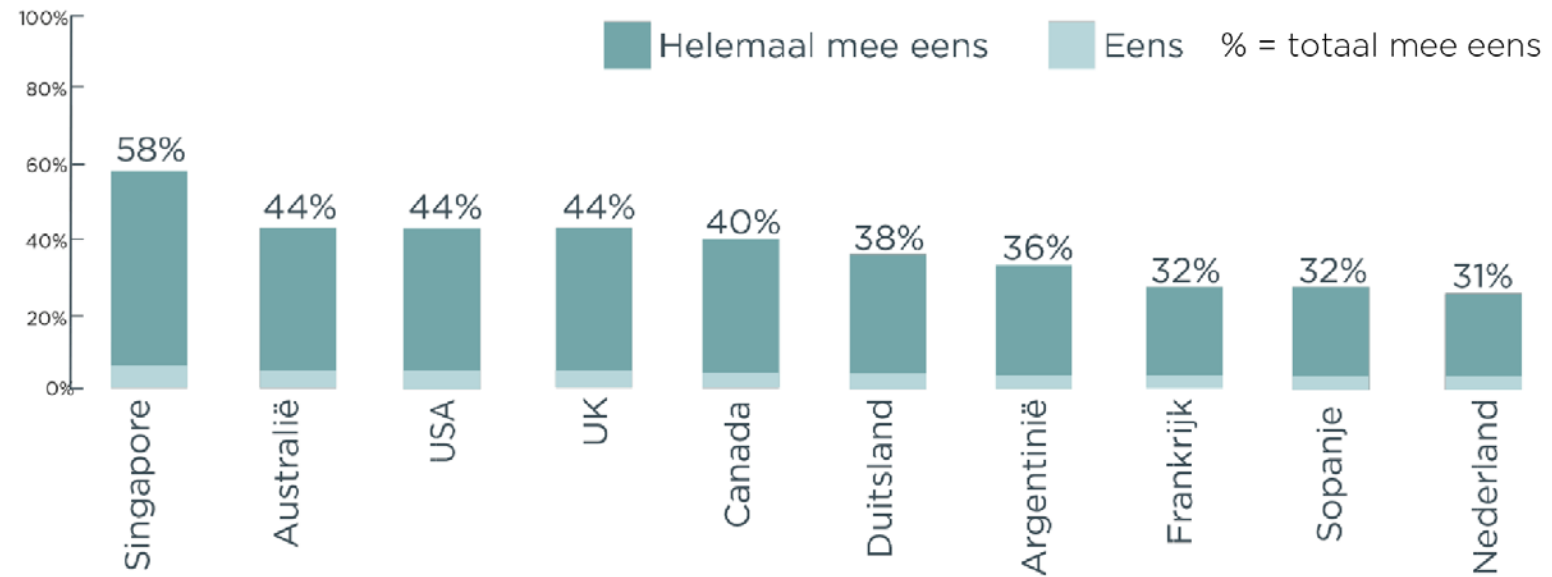


2. STELLING

“Ik heb minder problemen dan vroeger met het verstrekken van persoonsgegevens aan bedrijven”

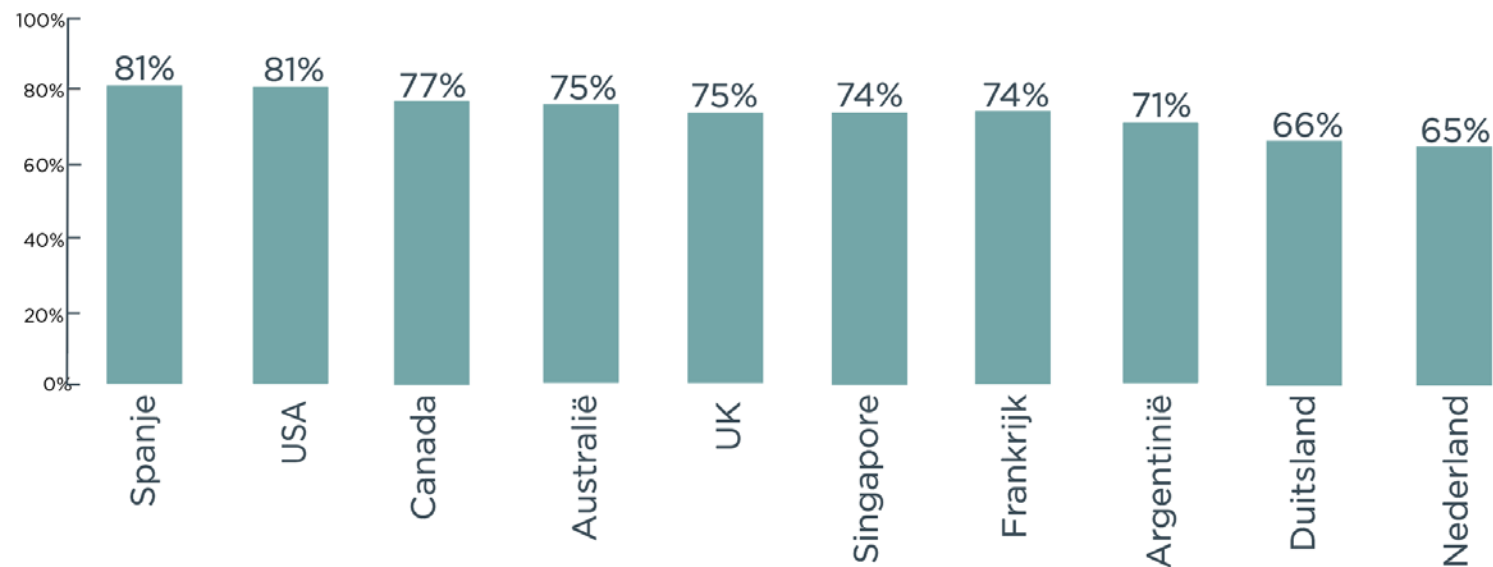


Internationaal - Stelling: 'Ik heb minder problemen dan vroeger met het verstrekken van persoonsgegevens aan bedrijven.'



**65%**

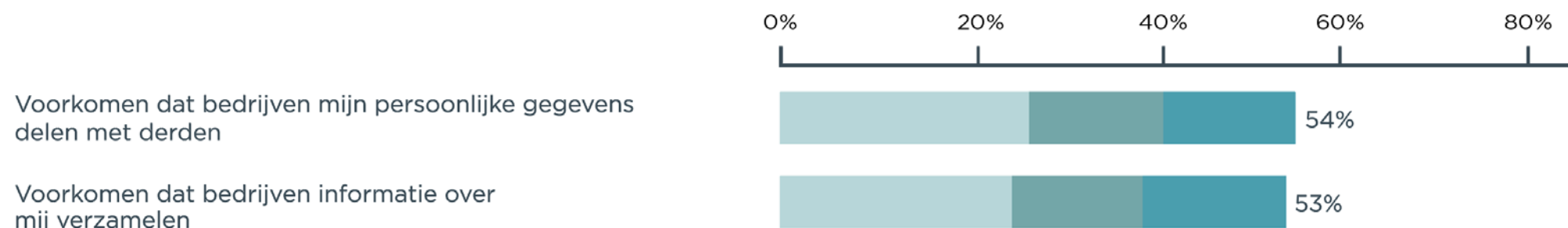
van de respondenten geeft aan dat online privacy een belangrijk punt van zorg blijft.

Internationaal - Bezorgdheid over online privacy

**78%**

van de respondenten wil meer controle over de persoonlijke informatie die ze aan bedrijven geven en de manier waarop deze wordt opgeslagen.

Vraag: Hoeveel controle denk je dat je over het volgende hebt?



Respondenten beoordeelden elk onderdeel op een schaal van 1 (helemaal geen controle) - 10 (totale controle).
% = totaal dat 1  , 2  of 3  selecteerde.

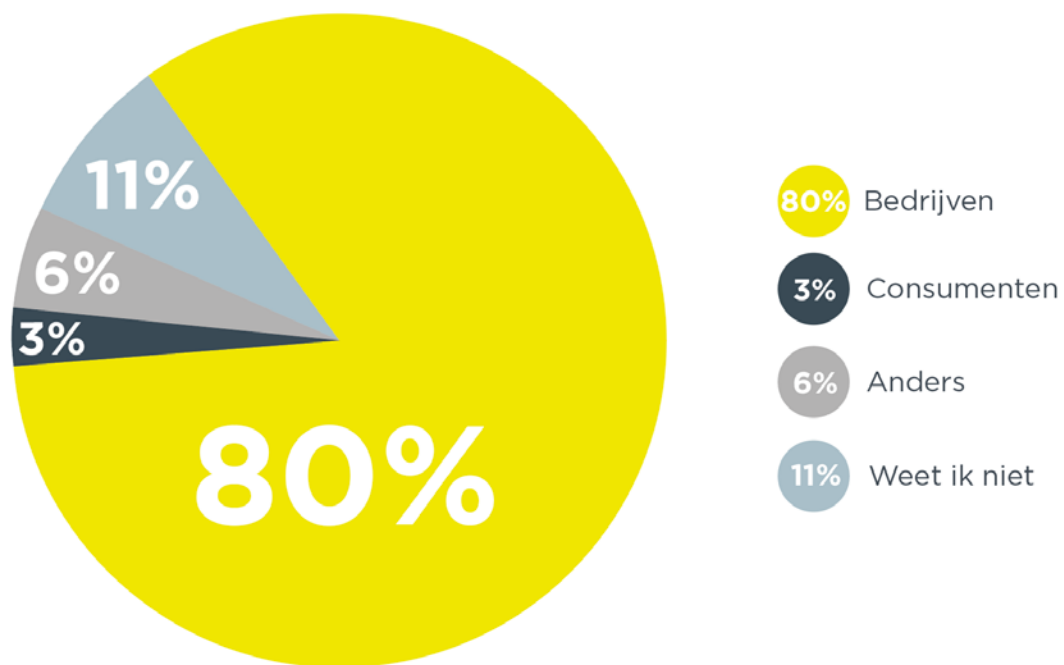


3. STELLING

“Wie profiteert er in Nederland momenteel het meeste van de uitwisseling van persoonsgegevens?”



Vraag: 'Wie profiteert er in Nederland volgens u momenteel het meeste van de uitwisseling van persoonsgegevens?'





67%

ziet hun gegevens als eigendom, die ze kunnen verhandelen tegen betere aanbiedingen en diensten wanneer het hen uitkomt.



Vraag: Hoe waarschijnlijk is het dat u uw persoonlijke gegevens deelt in ruil voor de volgende beloningen?





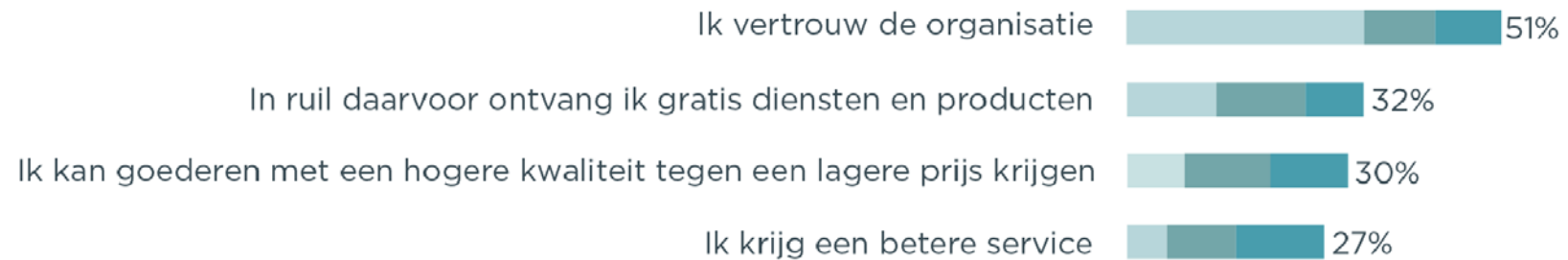
4. STELLING

“Wat is de belangrijkste reden om je persoonlijke gegevens met een bedrijf te delen?”



Vraag: Wat zijn de belangrijkste redenen om je persoonlijke gegevens met een bedrijf te delen?

Respondenten selecteerden de 3 belangrijkste redenen.





Vraag: In hoeverre heb je over het algemeen vertrouwen in deze organisaties met je persoonlijke gegevens?



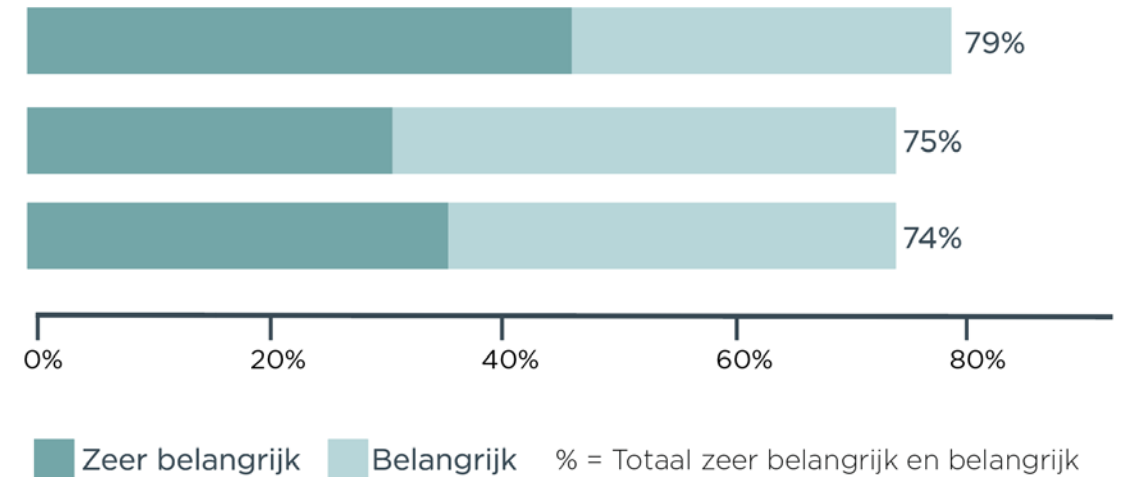


Vraag: Hoe belangrijk zijn elk van de volgende dingen voor je wanneer je jouw persoonlijke gegevens met een bedrijf deelt?

Transparantie over hoe mijn gegevens worden verzameld en gebruikt

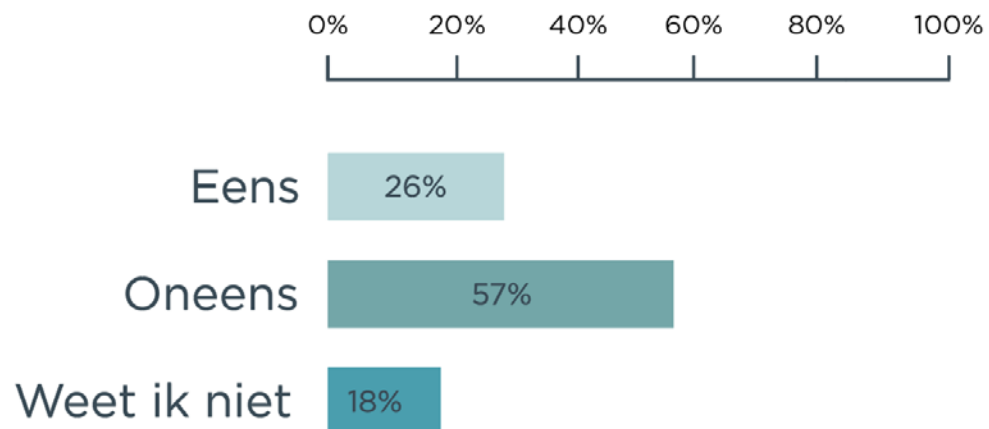
Een flexibel privacybeleid waarbij ik kan kiezen wat voor soort en de hoeveelheid gegevens die ik wil delen

De algemene voorwaarden zijn makkelijk te lezen en te begrijpen





Stelling: 'Over het algemeen heb ik het idee dat ik betere diensten krijg in ruil voor de persoonsgegevens die ik aan bedrijven verstrek.'





CONCLUSIE

1. Consument is nog niet tevreden met huidige data uitwisseling
2. Consumenten worden pragmatischer
3. Vertrouwen en transparantie zijn belangrijke randvoorwaarden die bepalen of consumenten gegevens willen delen



VRAGEN?

DOWNLOAD RAPPORT:
WWW.DDMA.NL/PRIVACY-MONITOR

DATA DRIVEN MARKETING ASSOCIATION