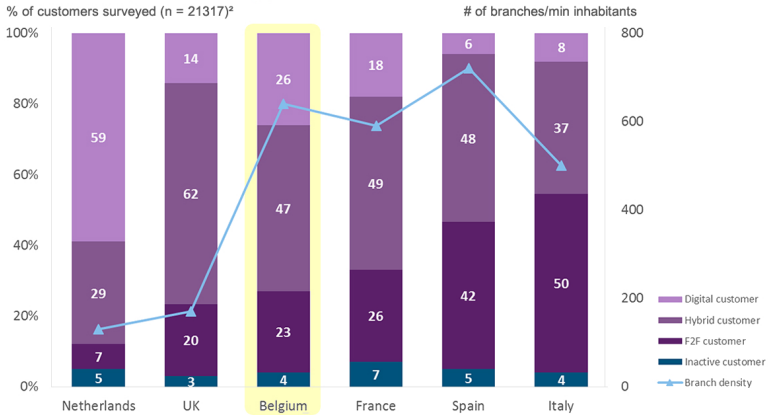


Grafiek 1: Profiel van de gemiddelde Belgische bankklant

Customer segmentation by country

Based on online sample and corrected for population without internet access

% of customers surveyed (n = 21317)²



Het deels digitale profiel van de gemiddelde Belg wordt ook bevestigd door de resultaten van het onderzoek van Febelfin. Surfen op het internet blijkt de voornaamste digitale bezigheid te zijn van de respondenten. Daarnaast bekleedt ook online bankieren een belangrijke plaats in het digitale tijdschema van de Belgische consument. Dit toont aan dat de banksector lang geen onbekende meer is in de dagelijkse digitale activiteiten van de meeste Belgen.

- **87% van de respondenten geeft aan minimum eenmaal per maand online te bankieren.**
- **60% doet dit zelfs wekelijks of vaker.**

Dit toont aan dat online bankieren, als instrument voor vlotte bankverrichtingen, een belangrijke plaats inneemt in de digitale activiteiten van de Belg.