

1.4. De Belg staat open voor gegevensverwerking ten dienste van de klant

83% van de respondenten in de enquête verklaart ervan op de hoogte te zijn dat bedrijven via de verwerking van persoonsgegevens de dienstverlening beter op de persoonlijke voorkeur van de klant proberen af te stemmen. Amper 19% vindt dit een goede zaak. 54% staat hier neutraal tegenover. Wanneer men enkele voorbeelden aanhaalt en dezelfde vraag nadien nogmaals stelt, ligt het aantal positieve reacties echter veel hoger (27 % i.p.v. 19%).

Ongeveer 2/3 van de respondenten toont interesse voor een aangepast productenaanbod. Een zelfde aantal vindt ook prijsacties op basis van het persoonlijke profiel eerder interessant tot zeer interessant.

Voor reclame en promotie lopen de meningen enigszins meer uiteen. Toch toont ook hier ongeveer de helft van de ondervraagden interesse voor gepersonaliseerde reclame.

Het antwoord “vind ik helemaal niet interessant” hoeft bovendien niet per se te betekenen dat de Belg negatief daar tegenover staat. Uit voorafgaande gesprekken (focusgroepen) en antwoorden op open vragen in de enquête bleek immers dat sommige klanten vreesden dat ze enkel nog promoties zouden ontvangen die in de lijn liggen van hun profiel en op die manier andere promoties zouden mislopen.

We zien ook grote verschillen al naargelang de leeftijd of de taal van de doelgroep. Franstaligen staan meer open voor gegevensverwerking ten dienste van de klant dan Nederlandstaligen. Vijftigplussers stellen zich dan weer negatiever op dan de overige leeftijdscategorieën. Er lijkt niet echt een uniform verwachtingspatroon te bestaan bij de Belgische klant omtrent de verwerking van persoonsgegevens.

Er is een grote diversiteit in de voorkeuren van de Belgische klanten en de uiteindelijke verwachtingen die zij daaraan koppelen t.a.v. hun bank. Er bestaat geen ‘one size fits all’ benadering die aan alle verwachtingen kan voldoen. Banken zullen daarmee rekening moeten blijven houden en het gebruik van persoonsgegevens meer dan ooit moeten blijven afstemmen op de doelgroepen waarop zij zich richten.