

Onderzoeksrapport

Beknopte openbare versie

ScanAlert™



TESTED DAILY

01-JAN

Mijdrecht / Eindhoven, september 2007

Opdrachtgever:

Business to You BV
Rendementsweg 24 E-II
3641 SL Mijdrecht

Contactpersoon:

Hans Bouman
0297 – 38 13 00

Opdrachtnemer:

Markteffect B.V.
Hooghuisstraat 35
5611 GS Eindhoven

Contactpersoon:

Maarten van Nieuwland
040- 239 22 90

Voorwoord

Op verzoek van Business to You heeft Markteffect onderzocht of het effect van een betrouwbaarheidslogo op een website, zoals het logo van HACKER SAFE, een aantoonbaar positief effect heeft op het vertrouwen van de bezoeker in de website en op de omzet van die website.

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van desk research en diepte interviews met zowel site owners als consumenten.

Wij danken Business to You voor het gestelde vertrouwen en de samenwerking.

Markteffect BV

Maarten van Nieuwland

Kennismaking met Markteffect

Markteffect staat voor effectief marktonderzoek. Dat kunnen we claimen doordat we een unieke mix van ervaring, kennis, expertise en jong enthousiasme in huis hebben. Ons marktonderzoek is effectief omdat we verder gaan dan gewoon marktonderzoek. We leven ons in in de vraagstelling van de opdrachtgever en zullen de onderzoeksresultaten analyseren en presenteren in de vorm van concrete aanbevelingen.

Markteffect is een breed marktonderzoeksbureau, dat wil zeggen we kunnen u op heel veel gebieden ondersteunen met het verwerven van kennis over uw markt. In overleg bepalen we graag samen met u welke onderzoeksmethode het beste past bij uw specifieke vraagstelling.

Onze aanpak

In gesprekken met onze opdrachtgever zullen we formuleren wat de aanleiding en de doelstelling van het marktonderzoek is, kortom: Waarvoor heeft u de resultaten nodig? We zullen dan een onderzoeksplan opstellen dat aan deze doelstellingen voldoet, in dat plan zal de aanpak zijn uitgewerkt, een aantal uren en de doorlooptijd zijn voorgecalculeerd en een uurtarief worden aangeboden. Pas na goedkeuring van het onderzoeksplan gaan we aan de slag waarbij we vanzelfsprekend een vinger aan de pols houden bij onze opdrachtgever. De onderzoeksresultaten zullen schriftelijk worden gerapporteerd, conform de normen van de ESOMAR, en bij voorkeur ook mondeling worden toegelicht.

Aanleiding, hoofdvragen en onderzoeksmethodiek

Business to You houdt zich bezig met onder andere het vermarkten van het label HACKER SAFE. HACKER SAFE test dagelijks de aangesloten websites op de aanwezigheid van beveiligingslekken. Dagelijks worden de testen aangepast met de meest recent gemelde beveiligingslekken die worden ontvangen van honderden software- en hardwareleveranciers en andere bronnen wereldwijd. Business to You claimt dat het zien van het logo de omzetten van de site zal doen toenemen.

Markteffect is verzocht om dat te onderzoeken aan de hand van een bredere insteek.

De gestelde hoofdvragen zijn derhalve:

1. Is het aantoonbaar dat consumenten sneller of gemakkelijker kopen op een gecertificeerde website?
2. Kunnen websites die het HACKER SAFE logo voeren rekenen op een hogere omzet?

Onderzoeksaanpak:

1. Desk research op internet en in statistieken van aangesloten websites
2. Interviews met website eigenaren (on-line retailers)
3. Interviews met consumenten

Onderzoeksresultaten (beknopte versie)

Desk research

Onderzoek op internet bevestigt dat de volgende logo's internationaal het meest gebruikt worden om de klant een gevoel van betrouwbaarheid te geven (reassurance logo's):



www.truste.org



www.verisign.com



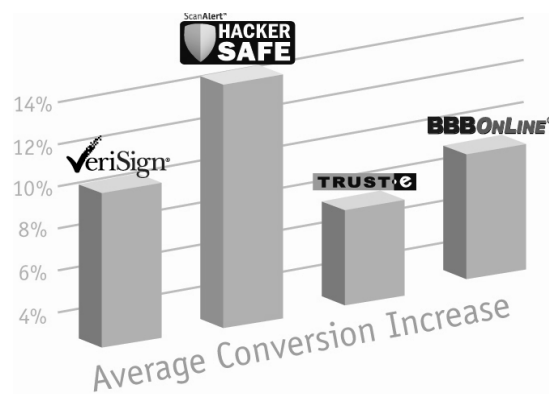
www.hackersafe.nl



www.bbbonline.org

Diverse studies hebben uitgewezen dat al deze logo's een positief effect hebben op de ontwikkeling van de omzet van de websites waar op ze worden vertoond.

Onderstaande diagram geeft aan welke effecten per merk gangbaar zijn.



On-line retailer interviews

Aan de hand van aantoonbaar wetenschappelijk verantwoord uitgevoerde A/B-testen is aangetoond dat het zien van het HACKER SAFE logo meer verkopen tot gevolg heeft, dan wanneer er geen logo op de site staat.

De test gaat als volgt: de helft van de bezoekers krijgen het HACKER SAFE logo te zien, de ander helft niet. Door middel van cookies wordt van terugkerende bezoekers onthouden tot welke groep zij behoorden.

Vervolgens wordt per bezoeker bijgehouden wat het koopgedrag is.

De resultaten van de A/B-testen zijn via de voor de webwinkel online toegankelijke security dashboard te volgen middels statistieken in de vorm van cijfers en grafieken.

We hebben voor het onderzoek gedurende 1 maand 8 webwinkels de A/B-testen laten ondergaan waarbij meer dan 3,2 miljoen pageviews gegenereerd werden.

De webwinkels behaalden allemaal verschillende stijgingen van het conversie ratio en de resultaten lagen tussen +3,4% tot +19,8%. De gemiddelde conversie ratio stijging betrof 12,7%.

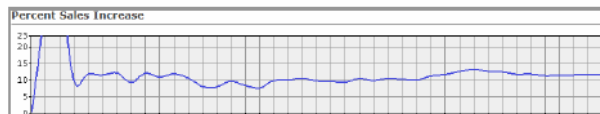
Reden voor de verschillende uitkomsten bij de diverse webwinkels liggen op het vlak van

- verschillende produkten/sectoren met verschillende consumenten/publiek
- de webwinkels kunnen kiezen uit 6 verschillende HACKER SAFE-logo's met diverse afmetingen en kleuren
- de webwinkels plaatsten het HACKER SAFE-logo op verschillende plaatsen op de website: linksboven, rechtsboven, rechtsmidden, onderaan.

Onderstaande grafieken zijn voorbeelden van de ontwikkeling van on-line verkopen via een website. Een deel van de bezoekers kreeg het HACKER SAFE logo wel te zien en een ander deel niet. Alle andere omstandigheden, zoals seizoen en speciale aanbiedingen, waren identiek. Het verschil tussen de beide groepen was eerst grillig maar vertoonde na verloop van tijd een duidelijke stabilisatie.

Significante meting

Hoe snel er sprake is van een significante meting hang sterk af van het aantal unieke bezoekers. Door het verschil tussen de beide groepen ook procentueel weer te geven is goed te zien dat dit percentage (hier ca. 11%) langzaam stabiliseert, wat aangeeft dat de resultaten voldoende significant zijn voor een eindoordeel.

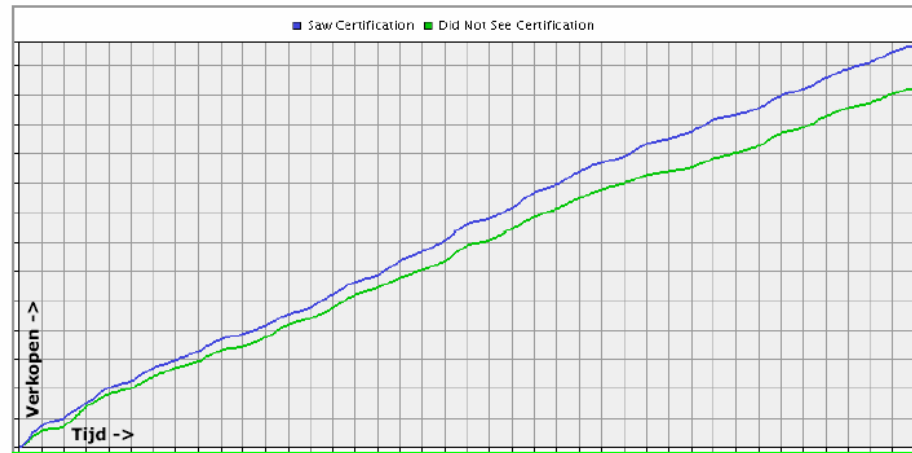


Bij het meten van de verkopen per groep zien we ook een duidelijk verschil in onderstaande grafiek waarbij de blauwe lijn aangeeft hoeveel de verkopen zijn gegroeid bij mensen die wel het HACKER SAFE logo te zien kregen en de groene lijn van de mensen die dat logo niet te zien kregen. Op verzoek van de betreffende retailer zijn de cijfers verborgen.

Bij DirectMovie was al snel zichtbaar dat het aantal aankopen van de beide groepen uiteen begonnen te lopen.

In één grafiek wordt voor beide groepen het totaal aantal verkopen in de tijd uitgezet.

Afhankelijk van het aantal bezoekers en de conversieratio zullen de lijnen steeds meer uit elkaar groeien.



Consumentenonderzoek

Tijdens de zomer van 2007 heeft Markteffect telefonisch 1200 respondenten benaderd op basis van een steekproef uit een panel van internetgebruikers.

Enkele bevindingen uit ons onderzoek tonen aan dat:

- 85% van de Nederlandse internet gebruikers een of meerdere van de genoemde logo's kent en vertrouwt
- 82% van de vrouwen onzeker is over de betrouwbaarheid van webshops
- 68% van die vrouwen meer vertrouwen heeft in een website als er logo's op staan
- 90% van alle Internet gebruikers wel eens een gevoel van onzekerheid heeft bij het doen van aankopen via internet
- 75% van die Internet gebruikers geloven dat de genoemde reassurance logo's wel degelijk betekenen dat de on-line retailer bewust probeert de klant en zichzelf te beschermen voor fraude
- 93% van alle internet gebruikers geloven dat alleen een internationale aanpak werkt in het bestrijden van fraude via internet
- 11% van de Nederlandse internet gebruikers noemt HACKER SAFE spontaan als er om een betrouwbaarheidslogo gevraagd wordt
- 34% van de Nederlandse internet gebruikers herkent het logo of de naam van HACKER SAFE

Algemene Conclusie

- De hoofdvragen kunnen bevestigend worden beantwoord: het HACKER SAFE-logo zorgt voor een hogere conversie ratio op de website
- Webshops spinnen garen bij een samenwerking met merken met een betrouwbaar logo met een internationale beveiliging
- Diverse concrete aanbevelingen zijn gedaan aan Business to You buiten dit openbare rapport om. Met name omtrent de keuze van het HACKER SAFE-logo (6 varianten) en de plaats op de pagina's waar het logo getoond wordt.