



RAPPORT

TILLIDSMÆRKER PÅ INTERNETTET - SKABER TILLID OG ØGET NETHANDEL

INDHOLD

- 1 INDLEDNING
- 1 HVORFOR TILLIDSMÆRKER?
- 2 DET SIGNALERER TILLIDSMÆRKER
- 2 GENKENDELSE - DEN SANDE FORDEL MED ET TILLIDSMÆRKE
- 3 BRUG AF TILLIDSMÆRKER TIL STØRRE KONKURRENCEDYGTIGHED, OMSÆTNING OG INDTJENING
- 3 TILLIDSMÆRKER - GRØN ADRESSELINJE GIVER GRØNT LYS
- 4 TILLIDSMÆRKER TÆTTERE PÅ BRUGERNE - VERISIGN® SEAL-IN-SEARCH™
- 4 KONKLUSION
- 5 FÅ MERE AT VIDE
- 5 OM VERISIGN



TILLIDSMÆRKER PÅ INTERNETTET - SKABER TILLID OG NETHANDEL

INDLEDNING

Frygten for svindel, spoofing, phishing, identitetstyveri og manglende netsikkerhed på websteder afholder en betragtelig procentdel af forbrugerne fra at bruge kreditkort på nettet. 1 ud af 3 onlineforbrugere i Danmark og Sverige udtrykker en mistillid til websteder ved ikke at ville udlevere personlige data. Men 74% føler sig mere trygge ved at indtaste personlige data på websteder, der bruger sikkerhedsindikatorer som f.eks. VeriSign Secured Seal.¹

Det er dog ikke tilstrækkeligt, at netsikkerheden er i orden på et websted. For netbutikker er også nødt til at skilte med, at de investerer i netsikkerhed og har en klar politik for beskyttelse af deres kunders personlige data. Som påvist gang på gang er tillidsmærker en af de bedste måder, som websteder kan bruge til at skilte med deres netsikkerhed og få potentielle kunder til at føle sig trygge ved sikkerheden.

I denne rapport belyser vi, hvordan nylige tendenser for tillidsmærker på internettet kan være med til at genskabe kundetilliden på nettet, og – som også påvist i mindst én nyligt gennemført undersøgelse – oven i købet får forbrugere, der allerede handler, til at købe mere.



Vigtigheden af at skilte med tillidsmærker

Et tillidsmærke er en form for reklame, der signalerer over for netforbrugerne, at et websted opfylder de krav, som stilles af en anerkendt netsikkerhedsudbyder, og det får dem til at handle trygt på nettet. Et tillidsmærke som f.eks. VeriSign-seglet signalerer bl.a., at webstedet og dets ejer eller bestyrer er godkendt af VeriSign, og at webstedet anvender SSL og/eller en anden form for øget netsikkerhed. Et tillidsmærke skal være fuldt synligt på alle de websider, hvor en potentiel kunde overhovedet kan tænkes at starte en købstransaktion, for at det virker. Forsiden er en oplagt placering, men for at påvirke kunderne endnu bedre skal tillidsmærket også være placeret på alle sider, hvor der er en Køb-knap, eller hvor man skal logge sig på som kunde. Desuden skal det være placeret klart og tydeligt på betalingssiden, så kunderne straks føler sig trygge og ikke springer fra i sidste øjeblik. Et andet vigtigt sted er ved siden af søgeresultater i søgemaskiner, hvor et tydeligt tillidsmærke indgyder eksisterende og potentielle kunder tillid til webstedet, allerede før de klikker ind på det.

HVORFOR TILLIDSMÆRKER?

Tillidsmærker har eksisteret længe på nettet, men det er først inden for de senere år, at de for alvor er slået igennem. VeriSign-seglet var et af de første. Lidt i retning af en glad smiley i vinduet på en restaurant signalerer et tillidsmærke på et websted eller ved siden af et søgeresultat et vigtigt budskab om firmaet og dets forretningspraksis, så forbrugerne straks kan se, om det er sikkert at handle på webstedet eller ikke.

Som kunde i den "virkelige" verden er det nemmere at finde ud af, om man kan have tillid til en butik eller en restaurant, hvad enten det er personalets adfærd eller snavs i hjørnerne. På nettet er det meget vanskeligere at være helt sikker på, om man kan stole på et websted. Det er alt for nemt for svindlere at oprette falske netbutikker. Det sker hele tiden (og meget overbevisende), med det formål at opsnappe intetanende netbrugeres kreditkortnummer og andre personlige data.

1. "VeriSign 2009 Brand Research," Synovate/GMI, May 2009.



Et tillidsmærke på et websted eller ved siden af søgeresultater signalerer derimod over for potentielle kunder, at en anerkendt netsikkerhedsudbyder, som f.eks. VeriSign, har godkendt firmaet ud fra specifikke krav, så firmaet kan anses for at være troværdigt i disse henseender.

DET SIGNALERER TILLIDSMÆRKER

Et firma kan investere i verdens bedste netsikkerhed og beskyttelse af fortrolige kundedata, men det kan være spildt, hvis det ikke gøres synligt. Med tillidsmærker kan disse investeringer virke over for kunderne, fordi de er det synlige bevis på, at en anerkendt netsikkerhedsudbyder har godkendt ejeren af et websted (hvis relevant), og at de påkrævede sikkerhedsforanstaltninger rent faktisk findes.

Proceduren for at opnå et VeriSign SSL-certifikat indebærer en dybtgående undersøgelse af firmaet for at bekræfte dens identitet, så kunderne kan være sikre på ægtheden af webstedet, hvor de udleverer deres personlige oplysninger. Godkendelsesproceduren er baseret på veletablerede metoder, som VeriSign har anvendt til at godkende over 3 mio. firmaer.

VeriSign-seglet, som er det mest anerkendte tillidsmærke i dag, viser, at et websted er godkendt som den ægte vare, og at det anvender kryptering til at beskytte data. Øvrige mærker kan fortælle noget om andre aspekter af websteder.

Better Business Bureau har f.eks. et tillidsmærke, der baserer sig på bestemte fakta om firmaets etablerede form, dets villighed til at løse kunde problemer og kundernes opfattelse af det. Tilsvarende er der eTRUST-seglet, som viser, at en netbutik har en offentliggjort fortrolighedspolitik, der forbyder deling af fortrolige kundeoplysninger med uvedkommende. Hver for sig står disse populære tillidsmærker inde for individuelle aspekter af netbutikkens troværdighed samlet set. Hvis der er plads til flere tillidsmærker på en netbutiks hjemmeside, er det optimalt at placere VeriSign-seglet sammen med disse. Hvis der kun er plads til ét mærke, er det bedst at skilte med det mest anerkendte tillidsmærke.

GENKENDELSE - DEN SANDE FORDEL MED ET TILLIDSMÆRKE

Først og fremmest er det forbrugernes genkendelse, der giver et tillidsmærke sin troværdighed. Hvis forbrugerne ikke kender et bestemt tillidsmærke, og de ikke forstår, hvad det fortæller om et websted, vil de sandsynligvis ikke have tillid til det.

Netbutikker fokuserer på tre afgørende aspekter for at bedømme værdien af et bestemt tillidsmærke på et websted:

- Udbredelse: Hvor mange websteder benytter mærket? Hvor udbredt er tillidsmærket blandt de førende inden for bestemte segmenter, som f.eks. netbanker, banker, forsikringsselskaber, værdipapirhandel eller sundhedssektoren?
- Kendskab på grund af skiltning: Hvor mange besøgende på websteder ser tillidsmærket og bliver bekendt med dets brand, og hvilke fordele det indebærer?
- Anerkendelse: Hvor udbredt er kendskabet til tillidsmærket i offentligheden, og hvad er offentlighedens opfattelse af, hvad mærket står for.

VeriSign-seglet findes på mere end 90.000 websteder – langt flere end noget andet tillidsmærke i historien. Det ses op til 250 mio. gange om dagen, hvilket er mere, end noget andet tillidsmærke kommer i nærheden af. Ifølge et nyt studie fra et uafhængigt analysebureau, rangerer VeriSign blandt de mest anerkendte varemærker inden for sikkerhed på internettet. VeriSigns Secured Seal har 68 procent genkendelse i Europa – dette er højere end noget andet garantimærke.¹





RAPPORT

BRUG AF TILLIDSMÆRKER TIL STØRRE KONKURRENCEDYGTIGHED, OMSÆTNING OG IND TJENING

Brug af tillidsmærker til at fjerne forbrugernes frygt for dårlig sikkerhed på websteder kan ikke blot føre til flere transaktioner, men også højere gennemsnitlige salgspriser og bedre indtjening.

Et studie¹ i Danmark og Sverige viser at forbrugernes bekymringer vedrørende onlinesikkerheden afholder potentielle kunder fra at handle på nettet.

Se her nogle få vigtige statistikker:

- Flertallet sagde, at følgende gav grund til bekymring: Tyveri af identitet, at andre fik adgang til deres konti, at en anden end den tilsigtede modtager læste deres information, og verificeret webstedsideidentitet.
- I Danmark og Sverige koncentrerer frygten sig om de trusler, der kommer fra hackere, phishing og virusser.
- 64 procent angiver, at de er mindre tilbøjelige til at handle med onlinehandlende, som ikke har et sikkerhedsmærke.
- 74 procent angiver, at viden om, hvordan man identificerer et sikkert websted, øger deres tillid til at indtaste personlige data på websteder.

Den paneuropæiske rejseservice Opodo ønskede at skabe kundetillid til sin netportal og placerede derfor VeriSign-seglet på bestemte betalingssider. Derved opnåede de en 10% stigning i gennemførte køb på disse sider sammenlignet med sider uden VeriSign-seglet. En salgsstigning på 10% kan have en kolossal betydning for omsætningen og indtjeningen, og Opodo sørgede straks for at placere VeriSign-seglet på alle sine betalingssider.

Nok så vigtigt har undersøgelser vist, at forbrugerne er parat til at betale mere for varen, hvis netsikkerheden på et websted er i orden. En undersøgelse foretaget af Carnegie Mellon Usable Privacy and Security Lab, som blev præsenteret på Workshop on the Economics of Information Security i 2007², viste, at forbrugerne ville bruge op til USD 0,60 mere for en vare til USD 15, når de følte, at deres personlige data var beskyttet. Det svarer til en 4% stigning i fortjenesten, som netbutikker kan bruge enten til at øge overskuddet eller til at investere mere i markedsføring for at øge omsætningen.

10 gange så mange forbrugere synes, at tillid er vigtigere end prisen, når de handler på nettet. (VeriSign Brand Tracking Research, 2008)³

TILLIDSMÆRKER - GRØN ADRESSELINJE GIVER GRØNT LYS

Næsten al netkriminalitet foregår ved, at en svindler udgiver sig for at være en anden. Tillidsmærker udvikler sig løbende og bliver bedre og bedre til at bekæmpe dette, og de er samtidig med til at skubbe på væksten i nethandel. En særligt lovende nyskabelse er integreringen af visuel netsikkerhed i selve webbrowseren.

EV SSL-certifikatet (SSL med Extended Validation) blev lanceret sidst i 2006, og det har netop sikkerhedsfunktioner indbygget i browseren. Netvirksomheder, som ansøger om et EV SSL-certifikat, gennemgår en omfattende undersøgelsesprocedure, som er skrapere end ved vurderingen af ansøgere til almindelige SSL-certifikater. Den integrerede sikkerhedsfunktionalitet i netsikre webbrowserer, som f.eks. de nyeste versioner af Microsoft® Internet Explorer, Firefox, Opera, Safari og Chrome, registrerer, om et websted har et EV SSL-certifikat, og indikerer visuelt, om webstedets identitet er autentificeret. Visuelt i browseren er adresselinjen grøn, og der er et ekstra felt ved siden af navnet på den retmæssige ejer af webstedet sammen med navnet på den netsikkerhedsudbyder, som har udstedt EV SSL-certifikatet.

Udbredelsen af SSL Extended Validation har været en stor succes, idet rigtig mange forbrugere i dag genkender og har tillid til EV SSL. Siden april 2010 har en stribe tests udført af virksomheder verden over vist, at med VeriSign® EV SSL opnås i gennemsnit 17,8% flere transaktioner (som påvist i mere end 30 tests).⁴

Erfaringen fra nogle netbutikker i denne forbindelse tyder nok så vigtigt på, at den ekstra tillid giver øget nethandel og flere transaktioner.

2. www.ascribe.org/cgi-bin/behold.pl?ascribeid=20070606.093408&time=11%2032%20PDT&year=2007&public=1

3. VeriSign 2008 Brand Research Denne undersøgelse blev betalt af VeriSign og foretaget blandt netforbrugere med en minimumsalder på 18. Deltagerne i undersøgelsen i USA blev fundet via VeriSign Brand Tracking Research-netforbrugerpanelet.

4. Se detaljerede oplysninger på <http://www.verisign.dk/ssl/ssl-information-center/ssl-case-studies/index.html>.



Reelle resultater med VeriSign EV SSL

Papercheck.com: 87% flere kunderegistreringer på webstedet.

CRSHotels.com: 30% flere besøgende, der vælger at købe.

CarInsurance.com: 18% flere kundetilmeldinger på nettet.

Flagstarbank.com: 10% flere kundetilmeldinger på nettet.

CreditKarma.com: 26% flere besøgende, der vælger at handle på webstedet.

Se detaljerede oplysninger på <http://www.verisign.dk/ssl/ssl-information-center/ssl-case-studies/index.html>.

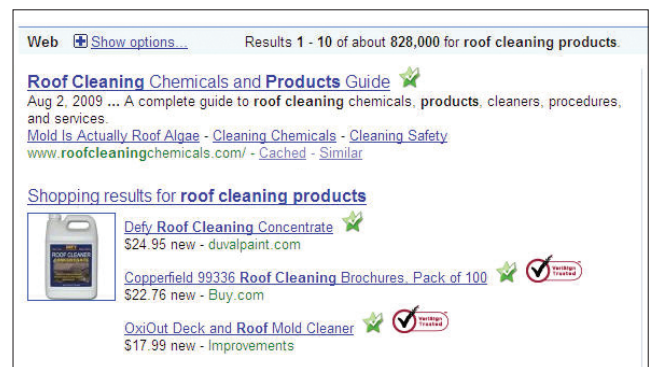
Det nyskabende EV SSL betyder, at tillidsmærker øger kundetilliden markant mere, og samtidig mindskes risikoen for phishing. I dag anvender mere end 23.000 websteder SSL-certifikater med Extended Validation (EV), og VeriSign er den foretrukne udbyder for mere end 16.000 af disse (iflg. en Netcraft-undersøgelse, marts 2010).

TheFind

TheFind er en netindkøbsservice i hastig vækst, som var klar over, hvor vigtigt det er at skilte med VeriSign-seglet over for netbrugere, og de målte for nylig, hvor stor en forskel det gør. Resultatet viste, at firmaer, der har VeriSign-seglet placeret synligt ved siden af deres link på TheFind-webstedet, fik 18,5% flere klik på deres link end tilsvarende firmaers link uden VeriSign-seglet.⁵ Andre faktorer kan naturligvis også have spillet ind, men TheFind pegede på den synlige tilstedeværelse af VeriSign-seglet som en afgørende faktor for resultatet.

TILLIDSMÆRKER TÆTTERE PÅ BRUGERNE - VERISIGN® SEAL-IN-SEARCH™


På grund af de mange risici, der opleves på internettet, er netbutikkerne nødt til at skabe tryghed for forbrugere så tidligt som muligt i købscyklussen. Med et synligt tillidsmærke ved siden af et link i søgemaskiner skiller det pågældende websted sig naturligt ud, fordi forbrugere ser linkene med tillidsmærket, mens de søger og sammenligner tilbud.





Web [Show options...](#) Results 1 - 10 of about 828,000 for roof cleaning products.

Roof Cleaning Chemicals and Products Guide ★
 Aug 2, 2009 ... A complete guide to roof cleaning chemicals, products, cleaners, procedures, and services.
[Mold Is Actually Roof Algae - Cleaning Chemicals - Cleaning Safety](#)
[www.roofcleaningchemicals.com/](#) - [Cached](#) - [Similar](#)

Shopping results for roof cleaning products

 **Defy Roof Cleaning Concentrate** ★
 \$24.95 new - [duvalpaint.com](#)

Copperfield 99336 Roof Cleaning Brochures, Pack of 100 ★ 
 \$22.76 new - [Buy.com](#)

OxiOut Deck and Roof Mold Cleaner ★ 
 \$17.99 new - [Improvements](#)

Med synlige tillidsmærker kan firmaer vinde kundernes tillid allerede i søgeresultaterne og dermed anspore til flere klik ind på deres websted.

VeriSign® Seal-in-Search™ er funktionen, der viser VeriSign-seglet ved siden af links til VeriSign-godkendte websteder i søgemaskiner (i kompatible browsere) og på websteder, som samarbejder med VeriSign. Seal-in-Search™ gør links mere synlige og øger forbrugertilliden til dem, hvilket kan give flere klik på disse links og flere besøgende til sikre websteder.

5. VeriSign/TheFind-kundecase. Kan findes her: <http://www.verisign.com/ssl/ssl-information-center/ssl-case-studies/thefind.pdf>



KONKLUSION

På grund af konstante bekymringer om utilstrækkelig netsikkerhed og beskyttelse af fortrolige oplysninger på internettet kan det påvirke en netbutiks omsætning betydeligt, hvis den ikke benytter et anerkendt tillidsmærke. De fleste forbrugere har ikke selv mulighed for at kontrollere, om en netbutik har den fornødne netsikkerhed, men det problem løser et tillidsmærke. Netbutikker er nødt til at skilte med, at det er sikkert at handle på deres websted. Et tillidsmærke er en visuel tilkendegivelse af, at deres websted er beskyttet.

Ved at styrke forbrugertilliden er tillidsmærker med til at øge et websteds omsætning, fortjeneste og konkurrencedygtighed. Men effekten af et tillidsmærke er proportional med, hvor kendt det er. VeriSign-seglet er i særklasse verdens mest kendte tillidsmærke på internettet. Det ses flere steder og af flere mennesker, og det genkendes og anerkendes mere end noget andet tillidsmærke.

For at bevare denne førerstilling investerer VeriSign løbende i at gøre forbrugerne endnu mere bevidste om VeriSign-seglet. Desuden er VeriSign blandt markedets førende leverandører af den nyeste netsikkerhedsteknologi, som f.eks. SSL med Extended Validation og Seal-in-Search, som udbygger værdien af tillidsmærker yderligere. Ved at anvende VeriSign-seglet kan både forbrugere og netbutikker udnytte alle fordelene ved at handle på nettet.

FÅ MERE AT VIDE

Du kan få mere at vide om VeriSign SSL-certifikater ved at ringe til 80 88 29 78 eller +45 88 61 01 10 eller ved at sende en e-mail til: salg@verisign.dk

OM VERISIGN

VeriSign er den digitale verdens anerkendte leverandør af infrastrukturtenester til internettet. Flere milliarder gange hver eneste dag benytter firmaer og forbrugere vores internetinfrastruktur til at kommunikere og handle trygt på nettet.

Få mere at vide på www.Verisign.dk.

