

Persbericht

Contact: Evelyne Lekime
Press & Communications
Tel. + 32 2 600 60 12
GSM: +32 476 74 64 18
Email: elekime@deloitte.com

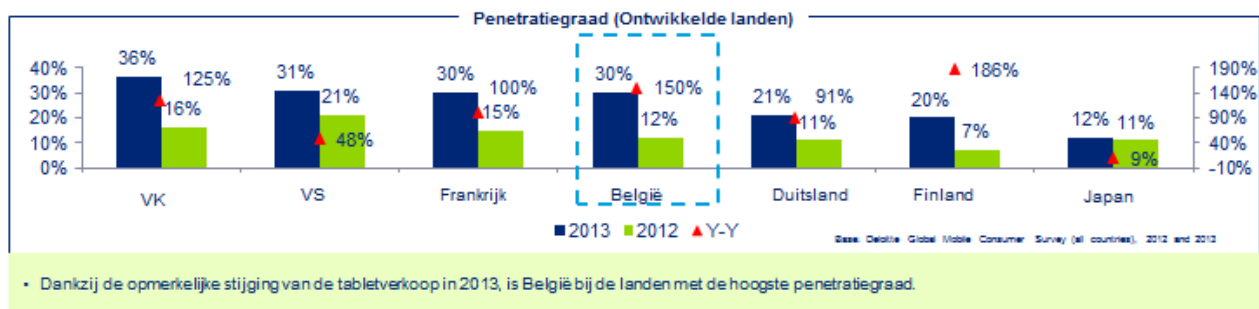
Global Mobile Consumer Survey 2013

België in de top van de landen met het grootste aantal tableteigenaars

Brussel, 5 november 2013 – Deloitte kondigde vandaag de resultaten aan van de derde “*Global Mobile Consumer Survey*”. Deze studie geeft een uniek inzicht in het mobiele consumentengedrag van 37.600 respondenten in 20 landen, waaronder 2.000 Belgische consumenten. Uit de studie blijkt dat er bijna drie keer zoveel tableteigenaars zijn dan vorig jaar. De penetratiegraad steeg tot 30% in 2013 ten opzichte van 12% in 2012 en België noteerde de tweede sterkste groei op jaarbasis van het aantal tableteigenaars in de ontwikkelde landen. De Belgische consumenten blijven erg trouw aan Wi-Fi, maar de belangstelling voor 4G zal naar verwachting toenemen en ‘all-you-can-eat’ tarieven voor favoriete toepassingen en diensten spreken de consumenten sterk aan.

Vincent Fosty, Telecoms & Media Partner Deloitte Belgium en auteur van de studie, zegt: “Het onderzoek van Deloitte naar de voorkeuren en het gebruik van de Belgische mobiele consumenten bevat een schat aan informatie voor merken, bedrijven en dienstenaanbieders, nu interactie via mobiele kanalen stilaan de overhand neemt. Dit jaar doorbraken de Belgische mobiele consumenten de typisch Belgische argwaan tegenover het gebruik van nieuwe technologieën en dat brengt België in de kopgroep, samen met landen zoals Frankrijk, Duitsland en de VS.”

Tablet zet opmars voort



Het aantal tablets kende een verbazingwekkende stijging – 300% tegenover vorig jaar – in de groep van de 55-plussers en de opmars van dit apparaat is nog lang niet ten einde, want hij staat eerst op het lijstje van de mobiele apparaten die de Belgen in komende 12 maanden willen aankopen. Een vijfde van de Belgische consumenten wil volgend jaar een tablet kopen en dat zou de penetratie op 50% brengen in 2014.

Er zijn grote verschillen in de manier waarop, waar en hoe lang de eigenaars de tablets gebruiken en dat heeft belangrijke implicaties voor de ontwikkelaars van apps, marketeers, tabletproducenten, enz. Tablets zijn meer dan persoonlijke smartphones, het zijn apparaten die worden gedeeld. Een op vijf tabletgebruikers deelt zijn tablet met familieleden.

Tabletgebruikers maken voornamelijk gebruik van communicatiekanalen zoals videogesprekken en instant messages. Het gebruik van content, zoals video's bekijken, nieuwsberichten lezen en muziek beluisteren gebeurt ook vaker via de tablet. Opmerkelijk is dat het bezoeken van retailerwebsites de vierde meest voorkomende activiteit is geworden. Die trend zou de toename van de Belgische e-commerce kunnen verklaren: voor het eerst heeft meer dan de helft (57%) van de Belgische bevolking (of 75% van de online populatie) minstens 1 nieuw product/nieuwe dienst voor persoonlijk gebruik aangekocht via het internet.

Mobiele shoppers zijn de toekomst van de retailhandel

Smartphones zijn kritische shoppingtools, want onderzoek van Google wijst uit dat 96% informatie over een product of dienst heeft opgezocht via de smartphone. De informatie die via de smartphone werd opgezocht, beïnvloedt de beslissingen en de aankopen van de consumenten via de verschillende kanalen. Het is dus essentieel om over een mobiel geoptimaliseerde website te beschikken en er is een cross-channelstrategie nodig om consumenten via de verschillende aankoopmogelijkheden aan te sporen om te kopen.

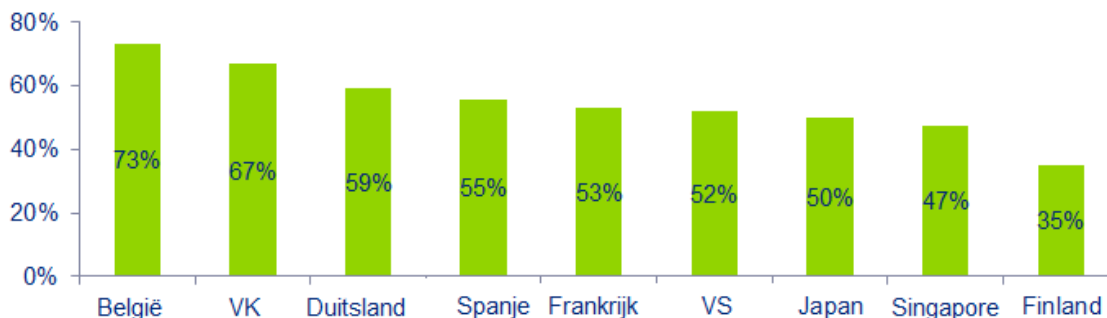
Koen De Staercke, Consumer Business Partner Deloitte Belgium, legt uit: “Het gebruik van mobiele apparaten heeft al een zeer grote impact op de verkoop in de winkel en die impact neemt snel toe. Naarmate de pure m-commerce en de e-commerce sneller groeien, zal het belang van verkoop onder invloed van mobiel gebruik nog toenemen: in bepaalde fasen van het shoppingproces gaat de shopper online via een mobiel apparaat. Door de juiste mobiele mogelijkheden beschikbaar te maken in het juiste stadium van het shoppinproces in de winkel, kunnen zowel de winkeliers als de producenten het gedrag van de shopper sturen.”

Koen De Staercke voegt hieraan toe: “Waar het om gaat is: als jij het niet doet, zal iemand anders het doen. En ze doen het voor jouw klanten in jouw winkels.”

Wi-Fi nog steeds de eerste keuze

De Belgische smartphone- en tableteigenaars gaan voornamelijk naar het internet via Wi-Fi. Ze vinden Wi-Fi sneller, betrouwbaarder en goedkoper. In vergelijking met de andere landen waar de survey werd uitgevoerd, heeft België het grootste aantal smartphone- en tableteigenaars die voornamelijk surfen via Wi-Fi.

Q. Welk type verbinding gebruik je het meest voor je smartphone? – A. Wi-Fi



Groeiende belangstelling voor 4G

Slechts een zeer klein aantal consumenten in België is vertrouwd met 4G en de voordelen die het biedt. Daarom beschouwen de telecomoperatoren deze standaard nog niet als een onderscheidende factor. Maar naarmate meer operatoren commerciële aanbiedingen ontwikkelen en hun 4G-netwerken uitrollen, zal de belangstelling van de consumenten waarschijnlijk toenemen. In 2013 wilde al 31% van de Belgische respondenten dat hun volgende smartphone is uitgerust met 4G.

‘All-you-can-eat’ en ‘all-you-can-app’ tarieven

‘All-you-can-eat’ tarieven voor hun favoriete applicatie of dienst spreken de consumenten sterk aan. Dit prijsmodel geeft de consumenten onbeperkte toegang tot de diensten waarvoor ze zich inschrijven, vergelijkbaar met de package-benadering van betaaltelevisie. Een derde van de respondenten zou een abonnement nemen op dit type service. De applicaties e-mail, Facebook, Google maps, YouTube en Skype zijn het meest in trek.

###

Over de survey

De derde Global Mobile Consumer Survey (GMCS) van Deloitte geeft een uniek inzicht in het mobiele consumentengedrag van 37.600 respondenten in 20 landen. In België kunnen we enkele fascinerende conclusies trekken uit de antwoorden van de 2.000 deelnemende Belgische consumenten. De studie peilde naar het aantal eigenaars van apparaten en de manier waarop zij ze gebruiken en ermee internetten. Andere domeinen die in de studie aan bod komen zijn: 4G, triple-play en quad play, apps, tarieven en facturatie, digitale content en apps en mobiele reclame.

Het multinationale online onderzoeksprogramma werd beheerd door Ipsos. Het veldwerk vond plaats tussen mei en juni 2013.

Over Deloitte

Deloitte is met meer dan 2.800 medewerkers en 11 kantoren in België de grootste organisatie op het gebied van audit, accounting, belastingadvies, consulting en financial advisory services. Onze dienstverlening richt zich zowel naar de grootste nationale en internationale ondernemingen als naar kmo's, de publieke sector en non-profit organisaties. Deloitte België is een onafhankelijke en zelfstandige organisatie en een member firm van Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Voor het boekjaar 2013 werd een omzet gerealiseerd van 359 miljoen euro.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited is een organisatie van zelfstandige memberfirms, die zich richt op de hoogste kwaliteit bij het leveren van professionele dienstverlening en advies. De dienstverlening is gebaseerd op een wereldwijde strategie voor meer dan 150 landen. Daartoe is de expertise beschikbaar van



meer dan 200.000 professionals in alle werelddelen. Voor het boekjaar 2013 bedroeg de omzet meer dan 32.4 miljard US dollar.

Deloitte verwijst naar een of meerdere member firms binnen DTT Limited, dat een besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid is in de UK, en het netwerk van haar member firms, die elk een juridisch aparte en zelfstandige eenheid zijn. Bezoek <http://www.deloitte.com/about> voor een meer gedetailleerde beschrijving van de wettelijke structuur van Deloitte Touche Tohmatsu Limited en haar member firms.