

Identitet: påskyndar den digitala tilliten

Okta

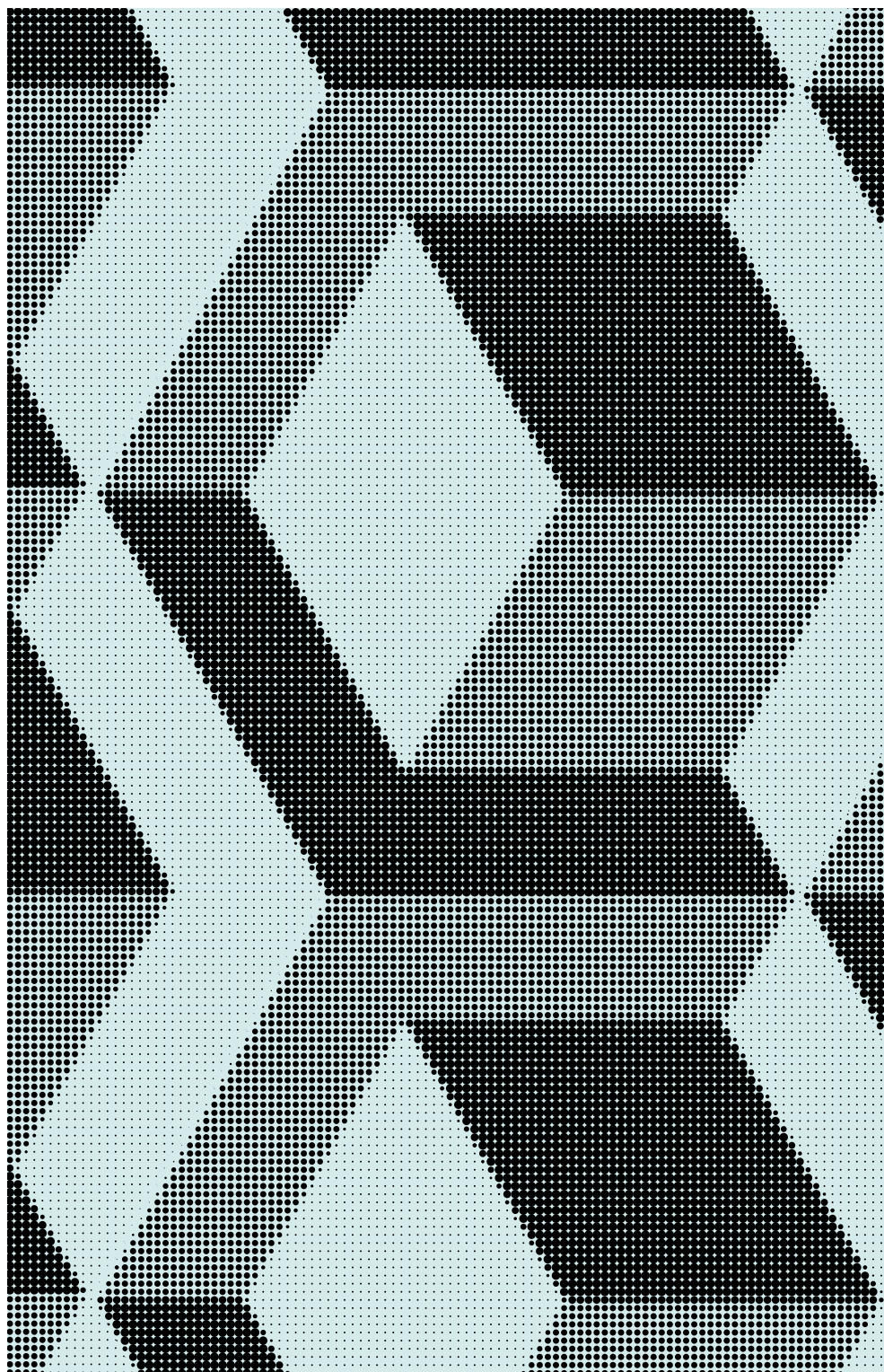
7A Centralen

Vasagatan 7

111 20 Stockholm

Sweden

+46 8 502 460 00



Innehåll	2	Inledning
	3	Upplevelsen är avgörande
	8	Skapa förtroende för myndigheter och organisationer inom den offentliga sektorn
	12	Organisationer inom den privata sektorn som förtroendeförvaltare
	15	Sammanfattning
	16	Säkra tillit med kundidentitet och åtkomsthantering (CIAM)

Inledning

Pandemin har under de senaste två åren ökat den globala ekonomiska osäkerheten och tvingat organisationer att förlita sig på digitala kanaler för att interagera med sina kunder. I och med att personliga möten begränsades hade många inget annat val än att investera i bättre digitala upplevelser.

I dagsläget spelar digitala tjänster en allt större roll i våra liv där konsumenter och medborgare uppmanas att dela en ökad mängd personuppgifter. Vi kan se denna utveckling i myndigheternas förespråkande av digitala vaccinpass och inom sektorn för finansiella tjänster där digitala utmanare har infört banktjänster på nätet som standard. Båda dessa företeelser kräver att människor vågar anförtro institutioner med värdefull information som kan användas för att fastställa en persons identitet.

Vår forskning visar att människor blir allt mer öppna inför att interagera med företag och myndigheter online, men att de även kräver att de digitala upplevelserna är tillförlitliga, säkra och inte minst praktiska. Människor är inte bara mer villiga att dela sina data med organisationer de litar på utan de har även blivit mer medvetna om personuppgifternas värde. Detta innebär att när de delar sina personuppgifter så förväntar de sig att få något av värde i gengäld. Det innebär även att hög säkerhet och användarvänlighet har blivit ett absolut måste.

De organisationer som bäst kan leverera pålitliga digitala upplevelser kommer att vinna medborgares och konsumenters förtroende och lojalitet i framtiden. För att lyckas med detta måste de först skapa rätt sorts teknikfundament. Genom att modernisera identitetshanteringen får användarna snabbt och effektivt åtkomst till resurser samtidigt som nästa generations säkerhetskontroller kan implementeras. Tidigare ansågs det ibland att tillgänglighet och säkerhet stod i motsats till varandra. Moderna digitala företag måste dock kunna leverera både och.

Framför allt visar resultaten från vår undersökning att det krävs tillit för att man ska dela sina personuppgifter. I gengäld förväntar sig människor att organisationer skyddar informationen och tillhandahåller tjänster som både förenklar och berikar livet.

Metod

Undersökningen genomfördes online mellan den 12 och 27 oktober 2021 av forskningsföretaget Statista på uppdrag av Okta. I undersökningen utfrågades 12 010 konsumenter från Storbritannien, Irland, Tyskland, Frankrike, Nederländerna, Spanien, Sverige, Italien och Schweiz om deras förtroende för digitala tjänster, inklusive de som levereras av myndigheter, återförsäljare, banker och hälso- och sjukvårdsorganisationer.

Upplevelsen är avgörande

En omfattande övergång till distansarbete ägde rum 2020, därtill bevittnade vi en dramatisk ökning av konsumenter som började använda digitala plattformar och tekniker. I de flesta branscher där möten sker fysiskt var man tvungen att erbjuda digitala upplevelser för att kunna fortsätta serva kunderna – och göra affärer – under nedstängningarna som orsakades av pandemin. Till följd av detta har människor i samtliga demografiska grupper blivit allt mer bekväma med att köpa varor och konsumera tjänster online. Digitala kanaler är nu allmänt förekommande och har i allt högre grad blivit normen för allt från att träffa en läkare till att öppna ett bankkonto.

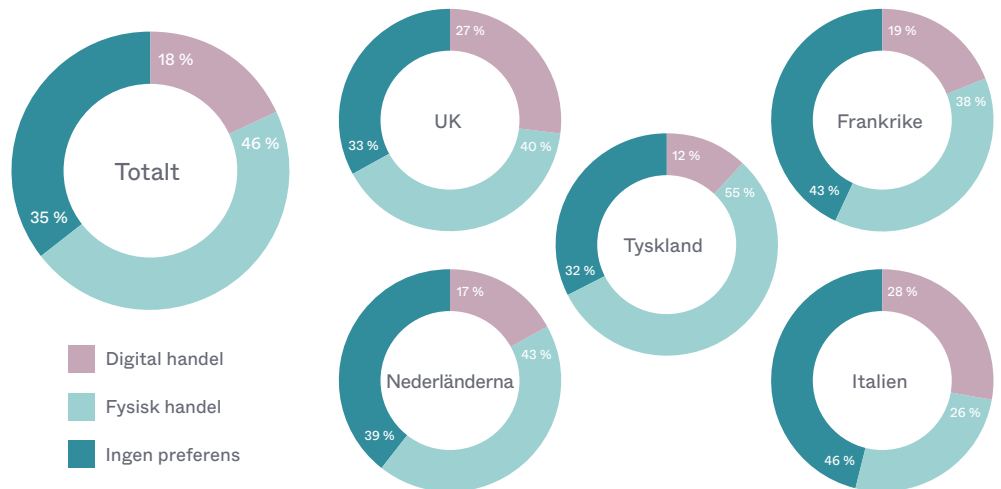
Detta innebär att konsumenterna har möjlighet att jämföra fler aktörer med varandra för att bedöma kvaliteten och lämpligheten hos de digitala tjänster som erbjuds. Våra allmänna förväntningar har ökat och organisationerna måste arbeta hårdare för att kunna uppfylla dem.

Digitala alternativ mer populära än fysiska för vissa nyckeltjänster

Konsumenterna är allt mer öppna inför möjligheten att få åtkomst till tjänster via onlineportaler, men mindre angelägna om att engagera sig digitalt om ett personligt möte upplevs som trevligare eller av högre kvalitet. I takt med att fysiska banker och postkontor försvinner har digitaliseringen blivit den mest populära kanalen för att utföra bankärenden och finansiella transaktioner (52 % föredrar digitala kanaler medan 20 % föredrar ett fysiskt möte) samt för statliga och kommunala tjänster (43 % jämfört med 23 %).

Fysiska möten föredras dock fortfarande inom andra områden: 65 % av deltagarna föredrar läkarbesök på plats medan nästan hälften (46 %) föredrar att handla i fysiska butiker. Trots att e-handeln världen över har sett en enorm tillväxt sedan pandemins början, med en projicerad tillväxt på över 1,5 miljarder USD från 2019 till slutet av 2021 (en tillväxt på över 45 %) enligt statistik från [Statista](#), tycker många konsumenter fortfarande om att kunna se, röra och jämföra varor i fysiska butiker. De upplevelser som kommer av att handla i en faktisk butik är svåra, om inte omöjliga, att replikera online.

Föredrar du att handla digitalt eller fysiskt?



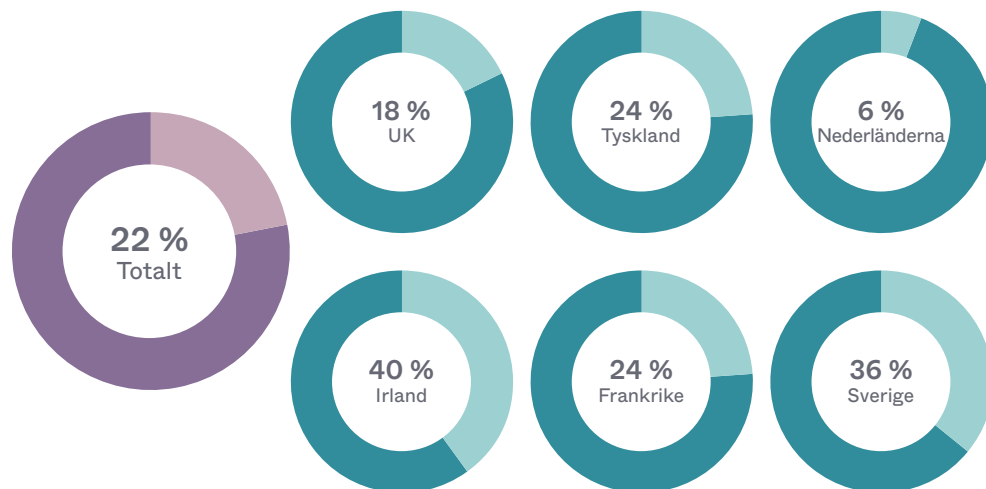
Det finns betydande och uppenbara nationella och regionala skillnader mellan deltagarna i undersökningen. Italienska konsumenter är till exempel mer positiva till att handla online (28 %) än genomsnittet (18 %) medan tyskarna i stort hellre handlar i fysiska butiker (55 % av de tyska deltagarna föredrar att shoppa i en fysisk butik). Tyska konsumenter är dock mer öppna för att anamma digital sjukvård. Endast 61 % föredrar fysiska läkarbesök (jämfört med i genomsnitt 65 %) medan 72 % av de italienska deltagarna uppger att de föredrar ett fysiskt läkarbesök. Den här typen av skillnader visar att emotionella och kulturella faktorer fortsätter att spela en viktig roll avseende konsumenternas preferenser för digitala eller fysiska upplevelser.

Även när de digitala tjänsterna är både praktiska och tillförlitliga går det inte att fullt ut ersätta mänskliga interaktioner. För organisationer som tillhandahåller både fysiska och digitala upplevelser är det viktigt att erbjuda ett personligt mottagande i samtliga kanaler för att uppnå kundlojalitet i en hybrid framtid där både online- och offlineupplevelser är viktiga.

Fintech tar täten

Inom sektorn för finansiella tjänster har en kategori av nya aktörer på marknaden höjt ribban för snabba och enkla digitala banktjänster. Populariteten för dessa fintechbolag ökar för närvarande dramatiskt och över en av fem konsumenter har nu ett konto hos en utmanarbank. I de flesta länder är banktjänster som endast utförs online särskilt populära bland den yngre befolkningen. 29 % av alla mellan 18 och 29 år i Storbritannien har nu ett konto hos en utmanarbank i motsats till endast 13 % av alla mellan 50 och 59 år.

Har du ett konto hos en utmanarbank



88 %

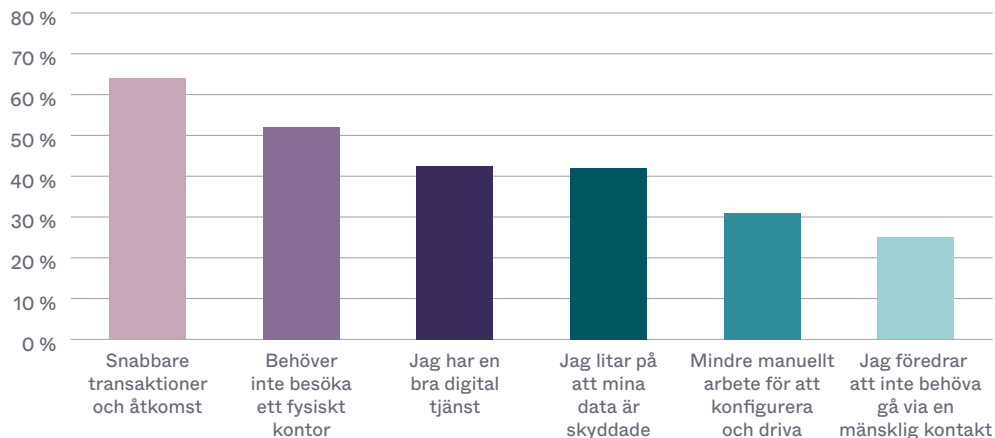
utför sina bankärenden via en traditionell bank i Nederländerna jämfört med endast 40 % i Irland

De flesta av oss (61 %) utför nu fler bankärenden online än vi gjorde i början av pandemin. Och bland de deltagare som nu interagerar oftare med banker och finansiella tjänsteföretag än de gjorde före pandemin uppger mer än hälften (50,8 %) att de gör detta eftersom de tycker att det är bekvämare med digitala banktjänster än personliga besök på banken.

Konsumenter som i dagsläget utför flertalet av sina bankärenden online tenderar att ha haft ett större förtroende för digitala finansiella tjänster från början än de vars interaktioner med internetbankerna har minskat i antal eller förblivit oförändrade: 58 % av de som nu utför fler bankärenden online än de gjorde före pandemin uppger att deras förtroendenivåer inte har förändrats under denna tidsperiod.

Konsumenter förknippar hastighet, bekvämlighet, hög servicekvalitet och dataskydd med internetbanktjänster, och det är just dessa associationer som driver på det ökade förtroendet för digitala finansiella tjänster. Till exempel uppgav 64 % av de tillfrågade vars förtroende för digitala banktjänster har ökat att snabba transaktioner och snabb åtkomst till tjänster var en primär anledning till deras växande förtroende medan 43 % nämnde den omedelbara tillgången till bra digitala tjänster. Nästan en tredjedel (31 %) av deltagarna vilkas förtroende har ökat sade att de var mer tillitsfulla eftersom det krävs mindre manuellt arbete för att konfigurera och driva digitala finansiella tjänster.

Vilka faktorer har ökat ditt förtroende för digitala banktjänster?



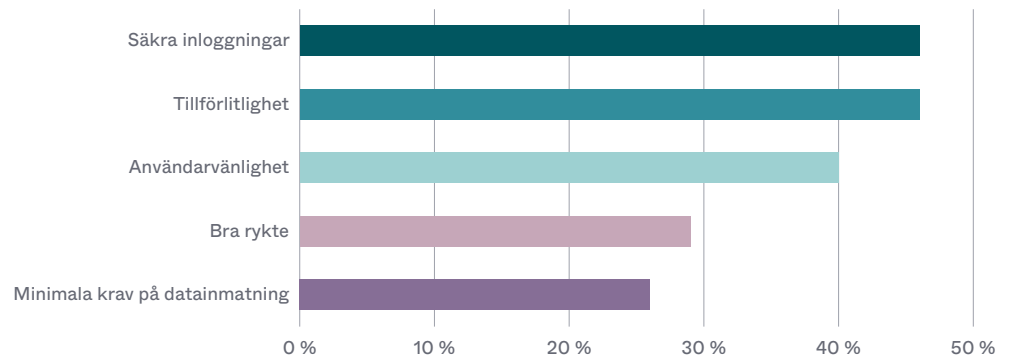
Oro över dataskydd och kontosäkerhet är vanligt förekommande bland de som har förlorat tilliten till digitala banktjänster sedan pandemins början. 58 % av deltagarna som i dagsläget känner en lägre tillit till den digitala banksäkerheten säger att de är oroliga för att deras konton ska hackas eller att de inte litar på att banker eller organisationer för finansiella tjänster kan skydda deras personuppgifter.

Även bland konsumenter som föredrar digitala tjänster framför personliga möten skadas tilliten relativt lätt. Dåliga säkerhetsprocesser (angavs av 50 % av deltagarna), krångel (47 %), vetskap om dataintrång (43 %) och dålig kundservice (37 %) är några faktorer som skulle kunna få deltagarna att byta från onlinetjänster till personliga möten.

Vem konsumenterna litar på är under förändring, liksom hur organisationer kan utveckla och behålla konsumenternas förtroende. Ett robust dataskydd är fortfarande avgörande, men det har även blivit allt viktigare att kunna erbjuda sömlösa och användarvänliga onlineupplevelser. Dagens konsumenter litar mer på organisationer som kan leverera digitala upplevelser av hög kvalitet samt effektiv och säker åtkomst till konton och resurser.

I vår moderna värld är det inte längre antingen-eller som gäller för användarvänlighet och säkerhet. För att skapa pålitliga digitala upplevelser måste dagens organisationer kunna leverera både och – och göra det konsekvent. Enkel inloggning, förstklassiga upplevelser på samtliga enheter och inbyggda säkerhetskontroller med minimal friktion är bara några exempel på hur användarvänlighet och säkerhet kan kombineras.

Vad som driver förtroendet för onlinetransaktioner



Genomsnitt för samtliga undersökta sektorer: detaljhandel, finansiella tjänster, resebranschen, myndigheter, hälso- och sjukvård och allmännyttiga tjänster.

Skapa förtroende för myndigheter och offentliga verksamheter

I takt med att vi utför allt fler av våra vardagliga aktiviteter i den digitala världen uppmannas vi att dela personuppgifter med ett växande antal organisationer och institutioner, både inom den offentliga och privata sektorn. I ett försök att begränsa kostnaderna och öka effektiviteten är statliga och kommunala myndigheter särskilt angelägna om att kunna erbjuda onlinetjänster, vilket kräver att individen låter dem hantera deras personuppgifter.

Införandet av digitala vaccinpass är ett betydande exempel på hur allmänhetens förtroende för myndigheternas tjänster har kommit att ställas på sin spets. För att dessa system ska fungera måste medborgarna vara villiga att dela känslig hälsoinformation med myndigheterna. De måste även kunna lita på att utfärdaren av det digitala vaccinpasset har implementerat tillräckligt robusta säkerhets- och dataskyddsåtgärder för att skydda deras personuppgifter.

Myndigheternas tjänster är betrodda – för det mesta

Sammantaget anser de flesta konsumenter att de kan lita på de digitala tjänster som myndigheterna tillhandahåller. 41 % av de tillfrågade i undersökningen anger att de litar på myndigheternas webbplatser och inloggningsportaler för tjänster såsom skattedeklaration eller kontroll av körkortsstatus - och endast 31 % rapporterar att de misstror dem.

Det finns dock tydliga skillnader mellan länderna. I Storbritannien, Frankrike och Tyskland är misstron något högre än i Sverige där förtroendenivåerna emellertid är imponerande höga. 56 % av de tillfrågade i Sverige uttryckte förtroende för myndigheternas digitala tjänster medan endast 18 % var skeptiska.

Misstron är därtill högre bland den yngre befolkningen. Detta gäller särskilt i Storbritannien, Frankrike och Tyskland. 42 % av alla mellan 18 och 29 år i Storbritannien saknar förtroende för myndigheternas digitala tjänster i motsats till endast 26 % av alla mellan 60 och 75 år. Det är helt avgörande att myndigheterna vinner de yngre medborgarnas förtroende eftersom de kommer att bli de huvudsakliga användarna och finansierarna av offentliga tjänster i framtiden.

Regeringar som inte lyckas tillhandahålla pålitliga digitala tjänster till sina väljare riskerar att förlora en hel del. En tredjedel av deltagarna som saknade förtroende för myndigheternas digitala tjänster sade att deras skepticism skulle kunna få dem att överväga att ändra vem de röstar på. Så många som 47 % av alla de mellan 18 och 29 år i Storbritannien som hyser misstro kan tänka sig att byta politiskt parti till följd av detta och 42 % av personerna i samma åldersgrupp i Tyskland uttrycker en liknande åsikt.

Förtroendet för myndigheternas digitala tjänster bland människor mellan 18 och 29 år



Digitala investeringar ökar tilliten i Sverige

Sverige är ledande inom digitala offentliga tjänster¹, vilket kan förklara den höga graden av tillit av och acceptans för digitala ID:n.

56 % har förtroende för myndigheternas digitala tjänster och **18%** misstror dem

72 % av förespråkare för digitala ID:n säger att de verkar vara lätta att använda jämfört med undersökningens genomsnitt på **55%**

Ökad användning av digitala ID:n

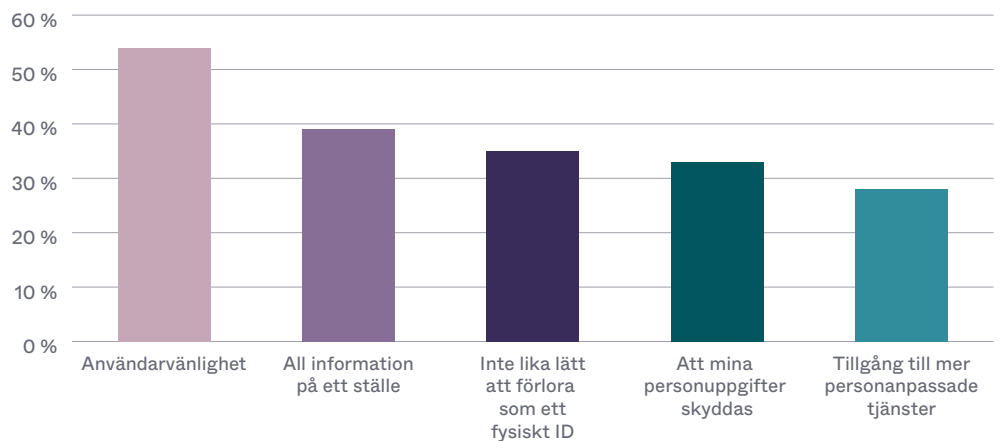
Digitala system för identitetshantering har debatterats flitigt, men blir allt mer accepterade överlag. 63 % av de tillfrågade i undersökningen är bekväma med att grundläggande personuppgifter som namn, födelsedatum och foto ingår i ett digitalt ID, men endast 9 % är öppna för att även inkludera ekonomiska uppgifter.

De deltagare som är villiga att acceptera digitala ID:n gör det främst tack vare användarvänlighet (55 %) och bekvämlighet. 39 % av deltagarna skulle föredra att ha all sin information på ett ställe, och 33 % anser att fysiska ID:n är lättare att förlora eller tappa bort än digitala ID:n.

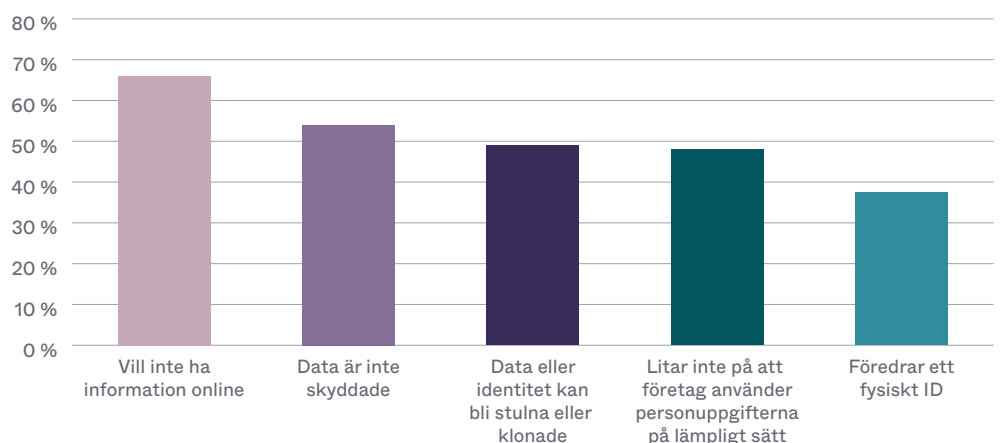
[1] Index för digital ekonomi och digitalt samhälle (DESI)

Bland de tillfrågade som inte vill ha någon form av digital identifiering var skälet bland den största gruppen (66%) motvilja mot att deras personuppgifter finns tillgängliga på nätet. 54 % uttryckte oro för att deras data inte är skyddad och 49 % uttryckte rädsla för att deras data eller identitet kan stjälas eller klonas. Att undanröja dessa säkerhetsproblem är avgörande för myndigheter som vill öka allmänhetens acceptans av digitala identitetssystem.

Vad gör att du känner dig bekväm med att använda ett digitalt ID?



Vad gör att du inte känner dig bekväm med att använda ett digitalt ID?



Vaccinpass har gett medborgare runt om i världen en första erfarenhet av ett digitalt ID-system. De flesta (55 %) stöder myndigheternas initiativ avseende vaccinpass. 66 % av förespråkarna av vaccinpass säger att de känner sig tryggare när tekniken för vaccinpass används, medan 50 % rapporterar att de gillar att ha ett bevis på sin vaccinstatus på enheten.

Myndigheter har investerat betydande resurser för att se till att systemen för vaccinpass är tillgängliga och lätta att använda. De här investeringarna har redan burit frukt i det att acceptansen är utbredd och växande, vilket har sin grund i användarnas tillit till tekniken.

66 % säger att vaccinpass får dem att känna sig tryggare

50 % gillar att ha vaccinationsbevis på sina enheter

Generellt visar vår forskning att dagens medborgare i allt högre grad är villiga att dela sina personuppgifter – inklusive känslig hälsoinformation – med den offentliga sektorn om de anser att fördelarna överväger riskerna. Det finns många fördelar för såväl myndigheter som medborgare i att införa digitala system för identitetsverifiering. Dessa fördelar inkluderar snabbhet, användarvänlighet, kostnadsbesparingar, effektivitet och centraliserad informationsåtkomst.

För att underlätta införandet av digitala ID:n och onlinetjänster måste myndigheterna dock fortsätta att investera i och bygga upp användarnas förtroende. Detta betyder att man behöver implementera robusta och tillförlitliga säkerhetskontroller som inte medför något extra krångel avseende slutanvändarnas inloggningsupplevelse. Varje gång något krånglar undermineras medborgarnas främsta skäl till att överhuvudtaget börja använda digitala plattformar – nämligen bekvämlighet.



År 2025 kommer 35 % av organisationerna att ersätta Net Promoter Score-värden med värden för förtroendeindex avseende infordran för anbud (RFP) för att anpassa traditionella säkerhets- och risklösningar till kundframgång, varumärke och rykte. [Dessa index] kommer att bäddas in i RFP:erna när nya produkter och tjänster förvärvas samt då leverantörer granskas.

IDC FutureScape: Worldwide Future of Trust 2022 Predictions,
Doc # US47193621, October 2021

Organisationer inom den privata sektorn som förtroendeförvaltare

När den allmänna dataskyddsförordningen (GDPR) trädde i kraft 2016 stärkte regelverket individens rätt till integritet och kontroll över sina egna personuppgifter. Lagstiftningen är uttryckligen utformad för att harmonisera dataskyddslagarna i hela EU och föreskriver hur data som tillhör EU-medborgare får lagras, delas och hanteras av organisationer inom den privata sektorn. GDPR har kommit att betraktas som en modell för dataskydd och reglering och liknande lagstiftning har sedermera godkänts i många andra länder och jurisdiktioner.

Inom Europa finns det en utbredd allmän kunskap om GDPR:s existens och betydelse. En klar majoritet (55 %) av de tillfrågade i undersökningen uttryckte stöd för lagstiftningen. Bland förespråkarna uppgav 76 % att de anser att verkställandet av initiativ avseende datasekretess bör vara ett prioriterat område för stater och myndigheter. Endast 34 % är dock övertygade om att deras personuppgifter skyddas bättre till följd av GDPR.

Sedan GDPR infördes har många medborgare blivit mer medvetna om värdet av sina data, de potentiella konsekvenserna av stöld och vikten av integritet. Som ett resultat av detta anser folk i allt högre grad att delning av data är en förtroendefråga. Många anser emellertid att GDPR:s bestämmelser inte är tillräckligt omfattande – en organisation som vill få och behålla sina kunders förtroende måste visa att det finns tydliga fördelar med att dela sin information med organisationen och att de befintliga säkerhetsåtgärderna är tillräckligt robusta för att skydda kundernas data.

Villig att överlämna data – men endast i utbyte mot något av verkligt värde

De flesta deltagare i undersökningen (64 %) uppgav att de var villiga att byta sina personuppgifter mot vissa fördelar, inklusive medicinsk diagnos eller behandling (40 %), rabatter vid köp (33 %) eller inträde till en offentlig plats som en restaurang, bar eller pub (22 %). Svaren pekar på en ökad medvetenhet hos allmänheten om det monetära värdet och nyttovärdet av personuppgifterna, parallellt med en ökad vilja att behandla data som en omsättningsbar tillgång.

Liksom det digitala förtroendet varierar attityderna mellan länder och demografiska grupper för när det anses vara lönsamt att byta personuppgifter mot specifika förmåner. I Nederländerna är man särskilt noggranna med att skydda sin identitetsinformation och fyra av fem nederländska deltagare anger att de är ovilliga att lämna ut personuppgifter för att få tillgång till nöjesetablissemang.

Våra data är värdefulla

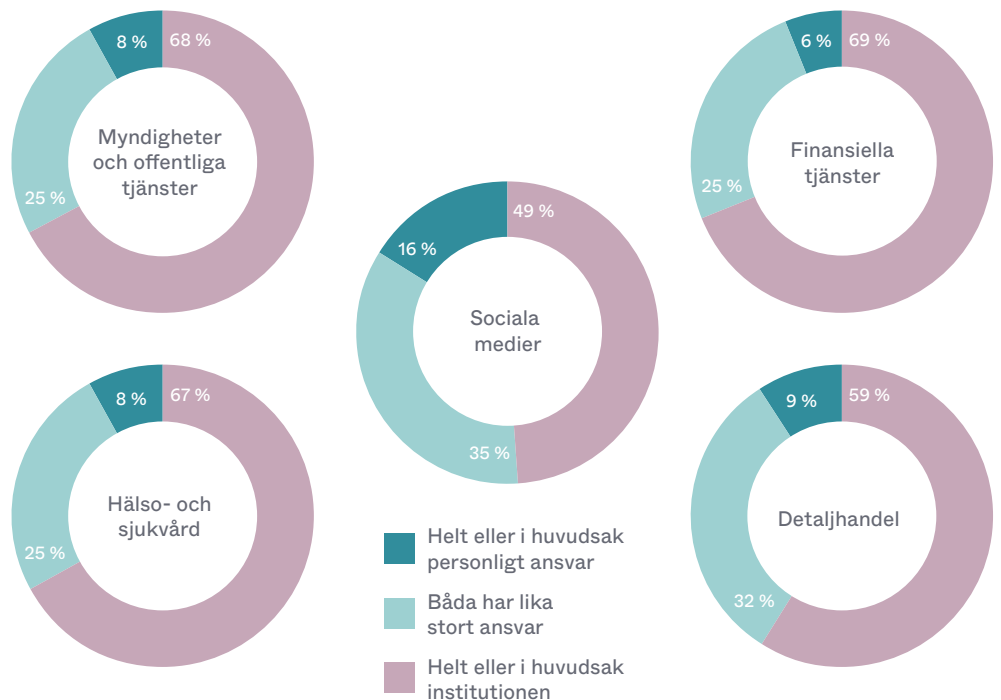
Som kunder och medborgare blir vi allt mer medvetna om våra personuppgifters värde.

33 % av oss är villiga att byta data mot rabatter på varor och tjänster och

22 % kan tänkas dela data för att få tillträde till restauranger, pubar och barer.

Samtidigt som vi är mer villiga att byta data mot pengar, varor, tjänster eller andra förmåner finns det en stark allmän uppfattning att offentliga och privata organisationer bär det primära ansvaret för att skydda våra personuppgifter och den digitala identitetsinformationen som delas med dem. Detta gällde för samtliga datatyper vi frågade om i undersökningen och ju viktigare uppgifterna ansågs vara, desto högre förväntningar hade man på att organisationen skulle skydda dem. Därav anser man att myndigheter, hälso- och sjukvårdsorganisationer och företag för finansiella tjänster har ett större ansvar än sociala medieföretag.

Vem är ansvarig för att skydda din personliga digitala identitet och dina data?



För det mesta är dagens konsumenter öppna för att dela sina data med offentliga och privata organisationer. De har en ökad insikt i värdet som kan genereras av ett informationsutbyte och är villiga att göra kompromisser om de tror att de kommer att dra fördel av det. Och ju värdefullare de anser att personuppgifter är desto tydligare blir kravet på att företag, myndigheter och andra organisationer ska skydda deras data. Totalt uppgav 50 % av de tillfrågade i undersökningen att det är regeringens skyldighet att införa regler och bestämmelser för att skydda deras personuppgifter – med betydligt högre nivåer i länder såsom Sverige (62 %) och Spanien (61 %).

Det är precis lika viktigt för privata organisationer som för myndigheter att investera i och bygga upp användarnas förtroende. Konsumenter anser i allt högre grad att företag ska hållas ansvariga för att skydda sina kunders data. Samtidigt är människor mer villiga att dela sin information om de tror att de kommer att få något av värde eller nytta i gengäld.

Att kunna tillhandahålla säker, tillförlitlig, smidig och friktionsfri tillgång till onlineresurser är av ett enormt värde i dagens digitala värld. De företag som bäst kan förse sina kunder med denna typ av digitala upplevelser är de som i första hand kommer att vinna kundernas förtroende.



Datasäkerhet, konfidentialitet, integritet och tillgänglighet är i dagsläget nyckelfrågor för alla sorters organisationer. Än viktigare är att data används på ett etiskt sätt och efterlever det komplexa nät av branschbestämmelser och regionala föreskrifter.

IDC FutureScape: Worldwide Future of Trust 2022 Predictions,
Doc # US47193621, October 2021

Sammanfattning

I kölvattnet av digitaliseringen som påbörjades 2020 har organisationer i både den offentliga och privata sektorn anammat nya och bredare metoder att tillhandahålla produkter och nyckeltjänster online. Digitala plattformar har förvandlats till intäktskällor, men även blivit ett accepterat medel för att nå ut till stora målgrupper, t.ex. medborgare, hälso- och sjukvårdskonsumenter och den breda allmänheten.

Vi har alla blivit mer bekanta – och bekväma – med att handla online, göra digitala vårdbesök, utföra bankärenden på nätet och använda myndigheternas digitala tjänster. Samtidigt som vår bekvämlighet med och kunskap om den digitala världen växer så har även medvetenheten om personuppgifternas värde ökat.

Detta innebär inte att vi har blivit ovilliga att dela våra data. I själva verket är det motsatta sant. Det är möjligt att konsumenter är mer villiga än någonsin tidigare att dela personuppgifter med företag och myndigheter, dock under förutsättningen att en hög grad av förtroende har etablerats och att man vet att man erhåller reella fördelar i utbyte mot sina data.

Vi anammar i huvudsak digitala tjänster för att de är praktiska och gör livet lite lättare. Om myndigheter, hälso- och sjukvårdsorganisationer och företag vill vinna och behålla förtroendet hos dagens medborgare och konsumenter måste de kunna tillhandahålla dessa fördelar, vilka människor inte bara efterfrågar utan även förväntar sig. Nyckeln till framgång är således att erbjuda användarna säkra, konsekventa, personanpassade och tillförlitliga upplevelser av digitala tjänster – varje gång de loggar in.

Identitetshanteringen är avgörande för att man ska kunna göra detta. Den stödjer både användbarhet och säkerhet i dagens digitala värld. Organisationer som placerar identiteten i centrum för sina strategier för digital omvandling uppskattas av kunderna och belönas med långsiktig lojalitet.

Säkra tilliten med kundidentitet och åtkomsthantering (CIAM)

Fantastiska användarupplevelser skapar tillit. Här kan Oktas säkra lösning för kundidentitet och åtkomsthantering (CIAM) göra så att din organisations användarupplevelser sticker ut från mängden.

Med fokus på användarupplevelsen (UX)

Ge användarna snabb åtkomst till vad de vill ha. Med en CIAM-lösning effektiviseras den digitala upplevelsen, vilket möjliggör snabb och enkel inloggning samt minimal datainmatning.

Bygg in en högre säkerhetsnivå i systemen

Skapa förtroende och förhindra identitetsstöder med krångelfria säkerhetskontroller, t.ex. flerfaktorautentisering.

Personanpassa upplevelsen

Sammanför dina identitetsdata och skapa en enda sann källa för respektive kund, vilket hjälper dig att tillhandahålla personanpassade upplevelser som driver lojalitet och skapar förtroende.

Automatisera GDPR-efterlevnaden

Håll koll på de senaste GDPR-kraven med en identitetslösning som automatiskt säkerställer att samtycke begärs, lagras och uppdateras på rätt sätt.

Var konsekvent på alla enheter

Skapa fantastiska upplevelser på flera kanaler som är konsekventa på samtliga enheter, plattformar och till och med varumärken genom att på ett säkert sätt knyta individuella profiler till användarnas unika identiteter.

Om Okta

Identitet är grunden för att bygga säkra organisationer med högt förtroende. Med Oktas Identity Cloud kan företagsledare världen över skapa bästa tänkbara digitala upplevelser för sina medarbetare och kunder med tillförsikt. Garantera dina medarbetares trygghet – var de än är – med Oktas identitetslösningar för personalen. Få verktygen som krävs för en säker och automatiserad övergång till molnet med omfattande support för hybridmiljöer under omställningsperioden. Använd Oktas kundidentitetslösningar för att skapa säkra och sömlösa kundupplevelser som dina utvecklare och användare kommer att älska. Mer information finns på okta.com/se.

