

L'identità è l'acceleratore della fiducia digitale



Nel mondo iper-digitale di oggi, ai clienti e ai cittadini viene richiesto di condividere i propri dati in nuovi modi e per nuove finalità. In genere si trovano a proprio agio nelle interazioni online, tuttavia si aspettano di ricevere servizi sicuri e coerenti in cambio delle proprie preziose informazioni personali.

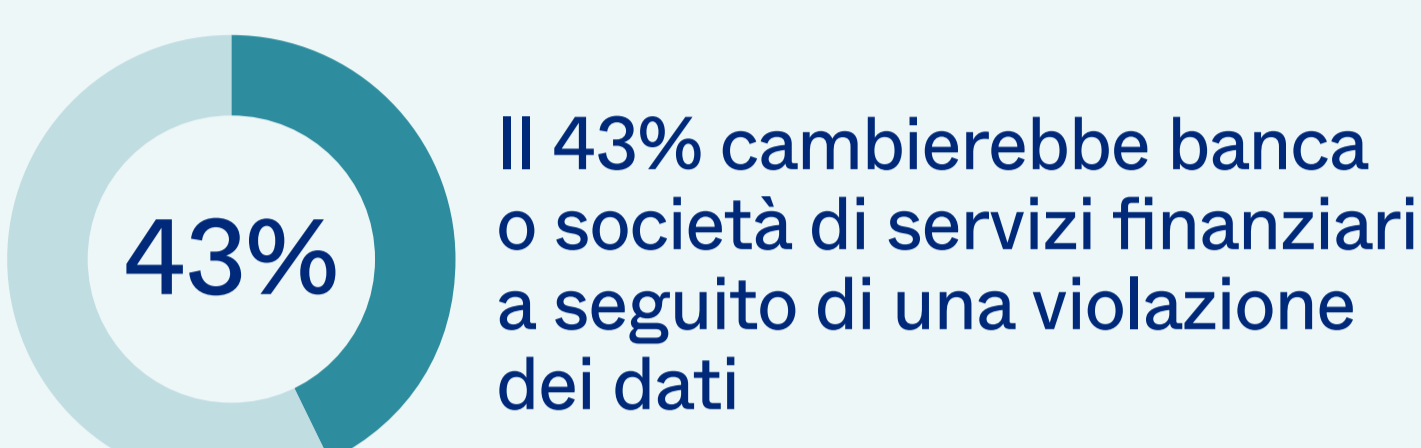
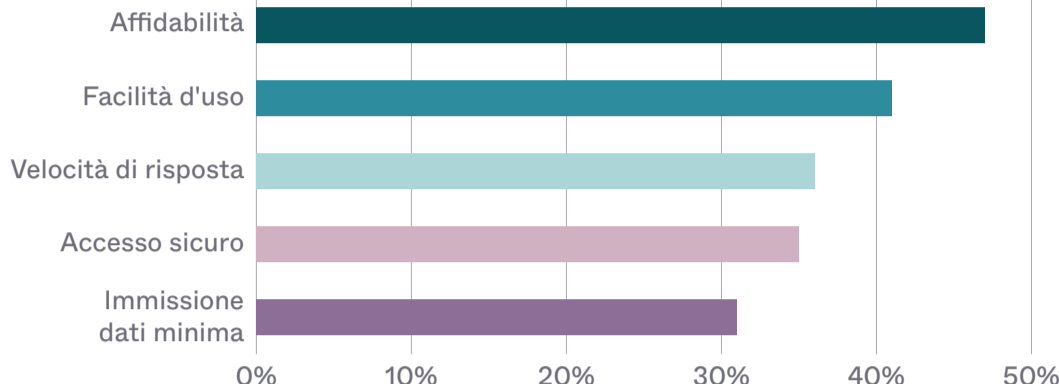
Esperienze digitali impeccabili sono quindi un requisito essenziale per ottenere la fiducia digitale, e il nostro sondaggio condotto su 1.000 clienti italiani* evidenzia che l'identità è il primo passo nella creazione di tali esperienze.

Affidabilità e sicurezza sono i fattori trainanti della fiducia

La fiducia inizia dalla primissima interazione. Dopo l'affidabilità, la possibilità di eseguire un accesso sicuro è il secondo fattore più importante nella creazione della fiducia digitale per i clienti italiani.

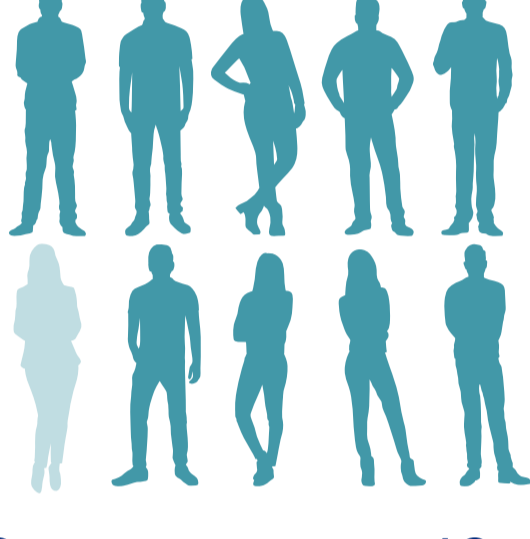
I principali fattori che generano fiducia nelle interazioni online

Valori medi calcolati tra tutti i settori oggetto del sondaggio: retail, servizi finanziari, viaggi, pubblica amministrazione, sanità e utilities.



Le identità digitali si fanno largo

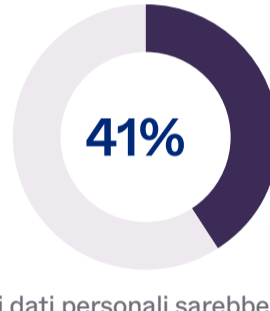
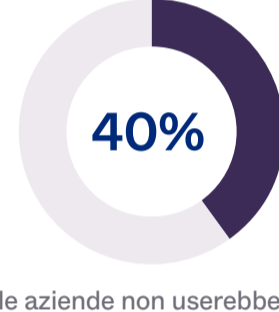
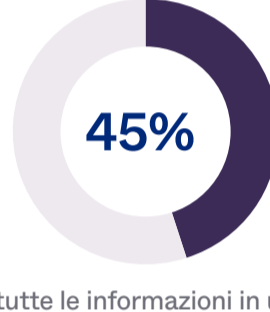
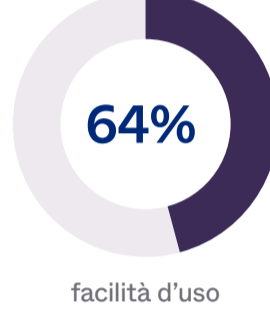
Per i governi, la fiducia nelle identità digitali e nei passaporti vaccinali è fondamentale per proteggere i cittadini durante la pandemia.



9 cittadini italiani su 10 sarebbero favorevoli a incorporare i propri dati personali in un documento di identità digitale

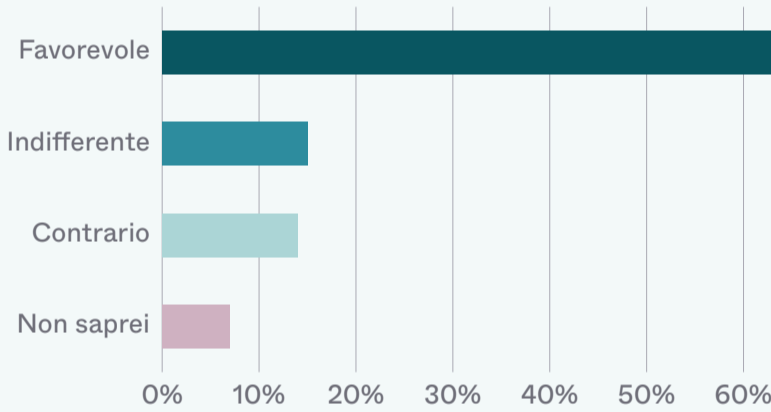
Perché favorevoli?

Perché contrari?



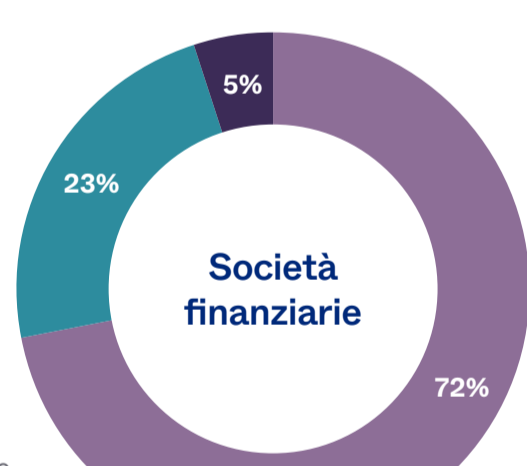
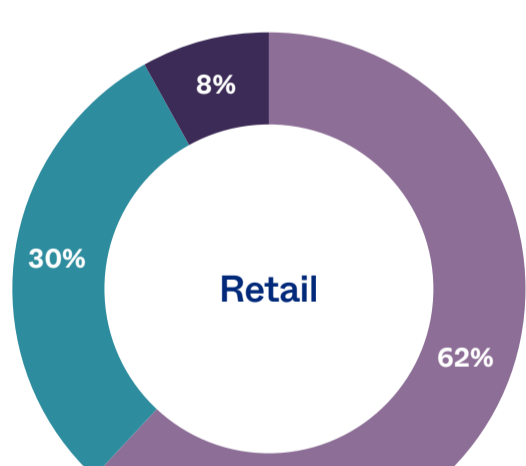
Come giudicate la tecnologia su cui si basano i passaporti digitali introdotti dal governo?

La maggioranza è favorevole ai passaporti vaccinali. Per la maggior parte dei cittadini italiani i passaporti vaccinali rappresentano la prima esperienza con un documento d'identità digitale e quasi due terzi degli intervistati sono favorevoli a questa misura.



I clienti vi ritengono responsabili dei loro dati personali

In ogni settore, i clienti italiani ritengono che la responsabilità nella tutela della propria identità personale digitale e dei dati ad essa associati spetti innanzitutto all'organizzazione, più che a loro stessi.



■ Esclusivamente o principalmente l'organizzazione
 ■ Entrambi in egual misura
 ■ Esclusivamente o principalmente il cliente

5 modi per garantire la fiducia con una soluzione CIAM

Le esperienze digitali ottimali alimentano la fiducia. Ecco 5 modi in cui una soluzione CIAM (Identity and Access Management) come quella offerta da Okta può trasformare la vostra e stimolare la crescita nel lungo periodo.

- 1 Concentratevi sull'esperienza utente**
Create una procedura di login rapida e semplice con l'inserimento di una quantità minima di dati
- 2 Aggiungete un livello di sicurezza supplementare**
Cultivate la fiducia con l'autenticazione a più fattori
- 3 Personalizzate l'esperienza**
Create un punto di riferimento unico per ogni cliente
- 4 Automatizzate la conformità**
Tutelate la privacy con la gestione dei consensi automatizzata
- 5 Offrite un'esperienza coerente**
Create esperienze piacevoli e uniformi su tutti i dispositivi e per tutti i brand



Per saperne di più sullo stato della fiducia digitale in Europa, leggete il report completo [Identità: il fattore di accelerazione della fiducia digitale](#)

Costruite esperienze digitali basate sulla fiducia con Okta

L'identità è il fondamento di una customer experience impeccabile. Utilizzate le soluzioni Okta per la gestione delle identità dei clienti per creare esperienze di login e di registrazione ottimali che saranno apprezzate sia dai vostri clienti che dagli sviluppatori. Grazie a oltre 7.000 integrazioni preinstallate per provider di applicazioni e infrastrutture, Okta ha la fiducia di oltre 14.000 brand internazionali che si affidano alle sue soluzioni per proteggere le interazioni digitali e accelerare l'innovazione.

* Okta e Statista hanno intervistato più di 12.000 persone di Regno Unito, Irlanda, Germania, Francia, Paesi Bassi, Spagna, Svezia, Italia e Svizzera, sondando la loro fiducia nei servizi digitali in settori quali pubblica amministrazione, retail, banche e sanità.