

Trustpilots transparantierapport



Inhoudsopgave

Introductie	3
Waarborgen van vertrouwen	6
Hoe we te werk gaan	8
— Een open platform	9
— Onze transparante aanpak	10
— Ons freemium-bedrijfsmodel	11
— Hoe reviews tot stand komen	11
Reviews in cijfers	13
Hoe we ons platform beveiligen	16
— Geautomatiseerde fraudedetectiesoftware	17
— Onze reviewcommunity en klokkenluiders	17
— Misbruik van de rapportagetool	24
Nepreviews en hoe we ze bestrijden	25
Ons integriteitsbeleid	28
— Bestrijding van wangedrag en misbruik	29
Reviews over Trustpilot	32

Introductie

Peter Holten Mühlmann,
oprichter en CEO van Trustpilot

Het internet is een krachtig platform dat bijdraagt aan onderwijs, amusement, innovatie en het creëren van werkgelegenheid voor miljoenen mensen over de hele wereld.

Helaas is er ook veel desinformatie te vinden die het wantrouwen van veel mensen heeft aangewakkerd. Degenen die het vertrouwen willen verstoren en de waarheid willen ondermijnen, proberen met fake news politieke verdeeldheid en sociale onrust te voeden. Het herontdekken van het verloren vertrouwen — in elke vorm — is een van de grootste uitdagingen van onze tijd.

Nu steeds meer mensen afhankelijk zijn van het internet voor hun alledaagse producten en diensten, is de behoefte aan vertrouwen groter dan ooit. Alleen met vertrouwen kan de retail blijven groeien op een manier die onze samenleving ten goede komt. Als consumenten geen toegang hebben tot accurate informatie over bedrijven, en kleinere bedrijven niet in staat zijn om aan te tonen dat zij betere service en producten bieden dan hun grote en bekende concurrenten, kunnen de potentiële voordelen afnemen.

Ik heb Trustpilot in 2007 opgericht om bedrijven en consumenten nader tot elkaar te brengen om vertrouwen en samenwerking te bevorderen.

Het internet gaf ons veel keuzemogelijkheden en bood ons het gemak om binnen enkele minuten een aankoop te doen.

Een spannende maar ook zorgwekkende innovatie. Het was niet altijd even comfortabel om je creditcardgegevens toe te vertrouwen aan een anonieme website als je voor een product of dienst wilde betalen. We konden toen ook al online onderzoek doen, maar met zoveel meningen op allerlei kanalen en platforms, was het internet destijds een stortvloed aan informatie. Want hoe wist je nou goed wat echt en oprecht advies was? Dat was vaak lastig om te bepalen.

Als het om aankopen gaat, vertrouwen we op het advies van onze familie, vrienden en collega's. En



als we meer willen weten, kunnen we altijd een winkel of een showroom bezoeken, en vervolgens ons eigen oordeel vellen op basis van wat we daar zien en horen.

Maar nu aankopen en het vooronderzoek in toenemende mate online plaatsvinden, en steeds meer bedrijven de stap zetten van offline naar online, hoe kunnen we ervoor zorgen dat het online vertrouwen in de buurt komt van het vertrouwen dat we hebben in de mensen die we kennen?

We kunnen menselijke relaties en fysieke ervaringen niet nabootsen, maar wat we wel kunnen doen met Trustpilot, is alle authentieke ervaringen van consumenten wereldwijd samenbrengen op één platform.

Trustpilot is een openbaar platform waar consumenten en bedrijven eerlijke feedback kunnen delen en beantwoorden. Een platform dat je kosteloos kunt gebruiken, dat voor iedereen toegankelijk is en waar niks wordt verborgen. Niemand van ons heeft iets aan informatie die niet echt is of is bewerkt om te voldoen aan de commerciële behoeften van een bedrijf. Consumenten kunnen alleen geld en tijd besparen en de juiste koopbeslissing nemen, wanneer

Vertrouwen is niet enkel een deel van onze naam, het vormt de basis van ons bedrijf. Als we succesvol willen zijn, moeten we zo open, transparant en eerlijk mogelijk zijn over de manier waarop we werken.

— Peter Holten Mühlmann,
oprichter en CEO van Trustpilot

de reviews die ze zien gebaseerd zijn op echte ervaringen en afkomstig zijn van mensen zoals zichzelf.

Hoe meer mensen ons platform gebruiken, hoe waardevoller de reviews en inhoud worden voor consumenten en bedrijven. Vandaag — dertien jaar na onze oprichting — staan we in de top 320 van meest bezochte websites ter wereld. Op Trustpilot staan meer dan 120 miljoen reviews op ruim 520.000 bedrijfsdomeinen die elk denkbaar merk, product en dienst omvatten.

Maar hoe populair ons platform ook wordt, die principes van openheid en transparantie zullen altijd onze leidraad blijven.

Er bestaat geen twijfel dat de wereldwijde coronacrisis een belangrijke drijfveer is geweest voor de versnelde groei van e-commerce in 2020 en, als gevolg daarvan, voor het aantal geschreven en gelezen reviews. Sterker nog, wereldwijd is het aantal geschreven reviews met 25% gestegen en het aantal bezochte bedrijfsprofielen met 29%, als we maart vergelijken met oktober 2020. Zowel voor consumenten als bedrijven is online zijn een noodzaak geworden, en niet alleen een gemak.

Om ervoor te zorgen dat online reviews aan populariteit blijven winnen, moeten ze objectiviteit, transparantie en kwaliteit bieden. Want alleen met zulke reviews wek je het vertrouwen van consumenten, en zullen meer bedrijven zich geroepen voelen om klantgericht te handelen.

Vertrouwen is niet enkel een deel van onze naam, het vormt de basis van ons bedrijf. Als we succesvol willen zijn, moeten we zo open, transparant en eerlijk mogelijk zijn over de manier waarop we werken. Daarom willen we onze publieke verantwoordelijkheid nemen.

Mijn [‘Trust Promise’](#) was mijn belofte aan de wereld dat Trustpilot nog harder zal werken om ervoor te zorgen dat consumenten en bedrijven kunnen blijven profiteren van de interacties op het Trustpilot-platform, en dat ze kunnen vertrouwen op de reviews die ze zien. Ik ben er trots op dat we in 2020 alles hebben bereikt wat we ons hadden voorgenomen, maar we zullen het daar uiteraard niet bij laten.

Met Trustpilots transparantierapport willen we meer inzicht en openheid geven over hoe we te werk gaan. Het bevat gegevens die nooit eerder openbaar zijn gemaakt en geeft meer inzicht in de maatregelen die we nemen om het vertrouwen online te beschermen en te bevorderen.

We hebben een lange weg afgelegd, maar we zijn er nog lang niet. Gelukkig beschikken we over de juiste combinatie van mensen, technologie, ervaring en ambitie, en stellen we integriteit centraal bij alles wat we doen.

Openheid, transparantie en vertrouwen zijn niet alleen belangrijk voor reviews, maar is ook wat de wereld nu meer dan ooit nodig heeft. Ik hoop van harte dat onze aanpak blijft bijdragen aan meer vertrouwen in de samenleving.

Tusind tak / Dank je wel
Peter

Waarborgen van vertrouwen

Carolyn Jameson, Chief Trust Officer



“Onze focus en inzet om het vertrouwen online te beschermen en te bevorderen, gaat onverminderd door. Ook dit jaar zullen we grenzen verleggen met nieuwe initiatieven die ervoor gaan zorgen dat online reviews op Trustpilot altijd een betrouwbare bron van informatie zullen zijn.”

— Carolyn Jameson, Chief Trust Officer

Onze huidige aandachtspunten:

- Het vertrouwen versterken binnen de reviewcommunity door nieuwe manieren te ontdekken om bestaande technologie te gebruiken voor consumentenvalidatie.
- Maatregelen om nepreviews bij de bron aan te pakken.
- Verdere bescherming van de consument door meer relevante en nuttige informatie van derden, zoals overheden en regelgevende instanties, op te nemen.
- Verbetering van het validatieproces van bedrijven met behulp van aanvullende controles.
- Voortdurende verbeteringen aan het Trustpilot-platform om nog meer duidelijkheid te bieden aan consumenten en bedrijven, onder meer over hoe de TrustScore precies wordt berekend.

Hoe we te werk gaan

Een open platform

‘Open’ betekent dat iedereen zijn of haar zegje kan doen.

Wij vinden dat consumenten zonder enige vorm van inmenging hun mening op ons platform moeten kunnen uiten.

We stellen iedereen in staat om op elk gewenst moment hun ervaringen op Trustpilot te delen. Bedrijven hebben ook de mogelijkheid om hun klanten actief uit te nodigen om een review achter te laten.

Je kunt het vergelijken met algemene verkiezingen. In een democratie heeft iedere volwassene het recht om te stemmen. Als alleen ‘genodigden’ zouden mogen stemmen, zou dat niet inclusief zijn en een vertekend beeld geven van de verkiezingsuitslag. Dat is precies de reden waarom we hebben gekozen voor een open platform.

Het alternatief is namelijk een vrij ‘gesloten’ aanpak. Er bestaan ook betaalplatforms waar bedrijven alleen met uitnodigingen reviews kunnen verzamelen. En als een review ze niet bevalt, kunnen ze deze eenvoudigweg bewerken, verwijderen of ongepubliceerd laten. Wij zijn het niet eens met deze manier van doen. Zo geef je consumenten niet het volledige plaatje en ontvangen bedrijven niet de inzichten die ze nodig hebben om te verbeteren.

Alle Trustpilot-reviews worden zonder tussenkomst van derden — met uitzondering van onze fraudedetectiesoftware — op ons platform gepubliceerd.

Dat betekent echter niet dat een open platform perfect is. Of dat er geen regels zijn. Integendeel, we hebben zeer duidelijke [richtlijnen](#) opgesteld voor zowel consumenten als bedrijven.

“Reviews zijn alleen een betrouwbare bron van informatie wanneer bedrijven niet in staat zijn om een rooskleuriger beeld van zichzelf te schetsen. Dat is misleiding. Door onze open aanpak kan iedereen ongestoord zijn mening geven, wat een meer holistisch en authentiek beeld geeft van wat er werkelijk aan de hand is.”

— Carolyn Jameson, Chief Trust Officer

Helaas zullen er altijd mensen zijn die consumenten proberen te misleiden of het platform proberen te gebruiken op een manier die in strijd is met onze richtlijnen. Dit zijn reële bedreigingen die voortdurend aan ontwikkeling onderhevig zijn, maar ook wij passen ons voortdurend aan, zodat we ons hier goed tegen kunnen wapenen.

Ook in 2020 hebben we sterk geïnvesteerd in technologie en mensen, en een aantal belangrijke veranderingen doorgevoerd om nepreviews en frauduleus gedrag goed aan te kunnen pakken, waaronder de lancering van ons innovatieve [onderzoeks- en ontwikkelingscentrum in Edinburgh](#).

Ook hebben we de [manier waarop bedrijven reviews kunnen verzamelen](#) bijgewerkt, om automatisch verzamelen aan te moedigen en selectief uitnodigen te ontmoedigen.

Verder is het niet langer mogelijk om gebruik te maken van incentives als beloning voor het achterlaten van een review. We zijn altijd op zoek naar nieuwe manieren om mensen te kunnen informeren over het juiste gebruik van Trustpilot. Zo plaatsen we meldingen op openbare bedrijfsprofielen om consumenten te waarschuwen voor onjuist gedrag, bijvoorbeeld wanneer een bedrijf plotseling veel reviews ontvangt als reactie op berichten die in de media zijn verschenen. Dergelijke reviews hebben dus niets met een service- of koopervaring te maken. 'Open' houdt dus in dat iedereen zijn of haar zegje kan doen, zolang er maar een service- of koopervaring aan vooraf is gegaan.

Onze transparante aanpak

Transparantie is een doorslaggevende factor voor vertrouwen. Daarom communiceren we duidelijk en consequent wat we doen en waarom. Dit rapport is een goed voorbeeld van hoe we meer inzicht willen geven in de manier waarop we de integriteit van ons platform handhaven.

We stellen onszelf voortdurend vragen als "Begrijpen mensen deze functie wel goed? Hoe kunnen we ze begeleiden? En hoe kunnen we dit beter doen dan alle andere bedrijven binnen onze sector?" Door dit soort vragen kwamen we op het idee om zakelijke transparantie-pagina's te lanceren waar consumenten een goed overzicht kunnen krijgen van de activiteiten van bedrijven op Trustpilot.

Zakelijke transparantie

Onze transparantieboxen en -pagina's laten zien hoe bedrijven gebruikmaken van Trustpilot. Deze informatie is te vinden op elke bedrijfsprofiel

“De geloofwaardigheid van reviews en de manier waarop ze worden verzameld en beheerd, verschilt sterk op het internet. Binnen Trustpilot zijn we transparant over wat we doen, zodat iedereen vertrouwen kan hebben in onze werkwijze en de informatie op ons platform. We willen dat mensen kunnen blijven vertrouwen op wat ze zien.”

— Carolyn Jameson, Chief Trust Officer

en we zoeken voortdurend naar manieren om deze verder te ontwikkelen.

Consumenten kunnen nu precies zien hoe elk bedrijf aan zijn reviews komt*, hoe de scores per bron verschillen, hoe vaak ze reviews hebben gerapporteerd (dat wil zeggen dat ons Content Integrity-team is gewaarschuwd voor een mogelijke schending van onze richtlijnen), en of de gerapporteerde reviews daadwerkelijk in strijd waren met onze richtlijnen. [Bekijk hier](#) meer informatie.

De overgrote meerderheid van de bedrijven gebruikt Trustpilot op een eerlijke en correcte manier, dus het tonen van deze informatie zal het vertrouwen van consumenten in deze bedrijven alleen maar versterken. Wanneer bedrijven niet correct gebruikmaken van ons platform — bijvoorbeeld

*Reviews kunnen worden achtergelaten door een consument zonder uitnodiging (organisch), via een uitnodiging van het bedrijf (op uitnodiging) of via een link die ze hebben aangeklikt op de website van het bedrijf (omgeleid).

omdat ze buitengewoon veel reviews rapporteren — is het belangrijk dat consumenten dat ook kunnen zien. Als we bewijs hebben dat een bedrijf consumenten probeert te misleiden door misbruik te maken van onze rapportagefunctie, zullen we actie ondernemen.

TrustScore

Elk bedrijfsprofiel beschikt over een overkoepelende TrustScore en sterrenscore. De TrustScore is een algemene meting van de klanttevredenheid op basis van alle Trustpilot-reviews die een bedrijf heeft ontvangen. Een sterrenscore is de visuele weergave van een TrustScore.

Elke keer wanneer een bedrijf wordt beoordeeld, wordt de algemene TrustScore opnieuw berekend. De formule voor de berekening houdt rekening met drie factoren: de tijdspanne, de frequentie en het Bayesiaanse gemiddelde. Lees [hier](#) meer over hoe de TrustScore precies berekend wordt.

Onze TrustScore geeft meer gewicht aan reviews die recent zijn geschreven. De frequentie waarmee reviews zijn geplaatst speelt dus ook een rol, aangezien actuele reviews zwaarder meewegen.

We hanteren het Bayesiaanse gemiddelde om een TrustScore te berekenen, wat inhoudt dat we automatisch de waarde van 7 reviews met 3,5 sterren opnemen in alle TrustScore-berekeningen. We doen dit om ervoor te zorgen dat bedrijven met weinig reviews niet direct over een hele hoge of lage score beschikken. Als we de TrustScore zouden berekenen op basis van een normaal gemiddelde, zou een bedrijf dat enkel twee 5-sterren reviews heeft, direct het label 'Uitstekend' krijgen, ondanks dat dit op maar twee ervaringen gebaseerd is. Datzelfde geldt ook voor bedrijven die over twee reviews beschikken die allebei negatief zijn. Het Bayesiaanse gemiddelde zorgt voor een gebalanceerde score tot het moment dat er voldoende reviews zijn verzameld.

Ons freemium-bedrijfsmodel

Trustpilot heeft een freemium-bedrijfsmodel. Consumenten kunnen Trustpilot te allen tijde kosteloos gebruiken. Bedrijven hebben gratis toegang tot onze standaarddiensten, waarmee ze review-uitnodigingen kunnen versturen en reviews kunnen beantwoorden en rapporteren. Van alle aangemelde bedrijven maakt 92% gebruik van onze gratis diensten. Het grootste deel van onze inkomsten wordt gegenereerd door bedrijven die geabonneerd zijn op onze softwarediensten, waaronder ons geautomatiseerde uitnodigingssysteem, diepgaande statistieken en analysemogelijkheden en aanvullende tools waarmee bedrijven hun reviews onder de aandacht kunnen brengen. De overige inkomsten komen uit reclame.

Iedereen wordt gelijk behandeld

Onze richtlijnen gelden voor alle bedrijven en gebruikers, en alle reviews krijgen dezelfde behandeling, ongeacht wie ze heeft geschreven of over welk bedrijf ze gaan.

Omdat we een onderneming zijn die inkomsten genereert, wordt er wel eens gesuggereerd dat we betalende bedrijven voortrekken of een speciale behandeling geven. Dat is onzin. We zouden de integriteit van ons platform nooit op deze manier in gevaar brengen.

Als we kijken naar de statistieken, zijn er ook geen grote verschillen in TrustScore en sterrenscore van betalende klanten in vergelijking met bedrijven die Trustpilot gratis gebruiken. Betalende bedrijven die hun klanten actief uitnodigen om reviews achter te laten, hebben een gemiddelde score van 4,39 uit 5, en bedrijven die gebruikmaken van ons gratis pakket en actief klanten uitnodigen hebben een gemiddelde score van 4,38 uit 5 (december 2020).

Wat wel waar is, is dat bedrijven die hun klanten regelmatig uitnodigen om feedback te geven, gemiddeld hoger scoren dan bedrijven die dat niet doen. Alleen al het proces van uitnodigen kan ertoe leiden dat een breder scala van ervaringen wordt gedeeld, waaronder die van consumenten die normaal gesproken niet uit eigen beweging hun waardering zouden uiten. Daarom is het belangrijk dat bedrijven hun klanten actief uitnodigen om een review achter te laten — wat alle bedrijven kosteloos kunnen doen — en dat ze een goede klantervaring bieden.

Bedrijven die met regelmaat uitnodigen, krijgen bovendien ook meer feedback over welke bedrijfsprocessen verbeterd zouden kunnen worden.

Hoe reviews tot stand komen

Trustpilot-reviews kunnen op de volgende drie manieren verzameld worden:

Organische reviews

Consumenten kunnen een Trustpilot-account aanmaken en reviews achterlaten over de bedrijven waar ze een ervaring mee hebben gehad. Reviews die op deze manier worden geschreven, noemen we **organische reviews**. In 2020 zijn er in totaal **10.131.725** organische Trustpilot-reviews geschreven.

Geverifieerde reviews en op uitnodiging

Bedrijven hebben ook de mogelijkheid om hun klanten uit te nodigen om een review achter te laten op Trustpilot. Ze kunnen klanten uitnodigen vanuit hun eigen systeem of met behulp van een van Trustpilots automatische verzameltools. Wanneer bedrijven reviews verzamelen met een van onze tools of integraties die e-mailuitnodigingen

automatisch activeren na een bestelling, worden deze reviews gelabeld als **Geverifieerd**. Reviews die worden geschreven naar aanleiding van niet-automatische uitnodigingen, worden gemarkeerd als **Op uitnodiging**. Alle bedrijven die hun klanten uitnodigen, moeten dit doen op een eerlijke, neutrale en onbevooroordeelde manier. In 2020 hebben bedrijven in totaal **28.421.171** reviews ontvangen aan de hand van een uitnodiging.

Omgeleide reviews

We hebben deze nieuwe categorie op 1 september 2020 geïntroduceerd om de consument meer transparantie te bieden. Als een consument een review achterlaat op Trustpilot via een link op de website van een bedrijf, krijgt de review het label **Omgeleid**.

Sinds september zijn er in totaal **134.652** van dit soort reviews verzameld.



Reviews in cijfers

Door consumenten geschreven
reviews in cijfers

*alle reviewgegevens zijn afkomstig van Trustpilot.com

120.720.646

Het totale aantal geplaatste reviews op
Trustpilot tussen 2007 en 2020



38.687.548

Het totale aantal geplaatste reviews op
Trustpilot in 2020

19.306.929

Het totale aantal consumenten dat in 2020 hun
eerste review op Trustpilot heeft achtergelaten

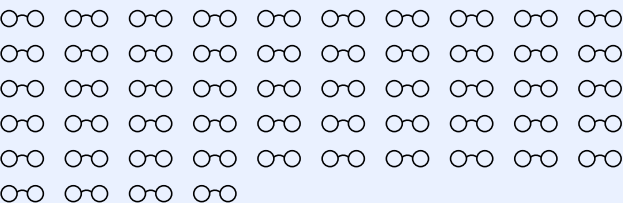
Het percentage reviews in 2020 per
sterrenscore

- 71,12% | 5-sterren reviews
- 8,97% | 4-sterren reviews
- 3,36% | 3-sterren reviews
- 2,66% | 2-sterren reviews
- 13,89% | 1-ster reviews

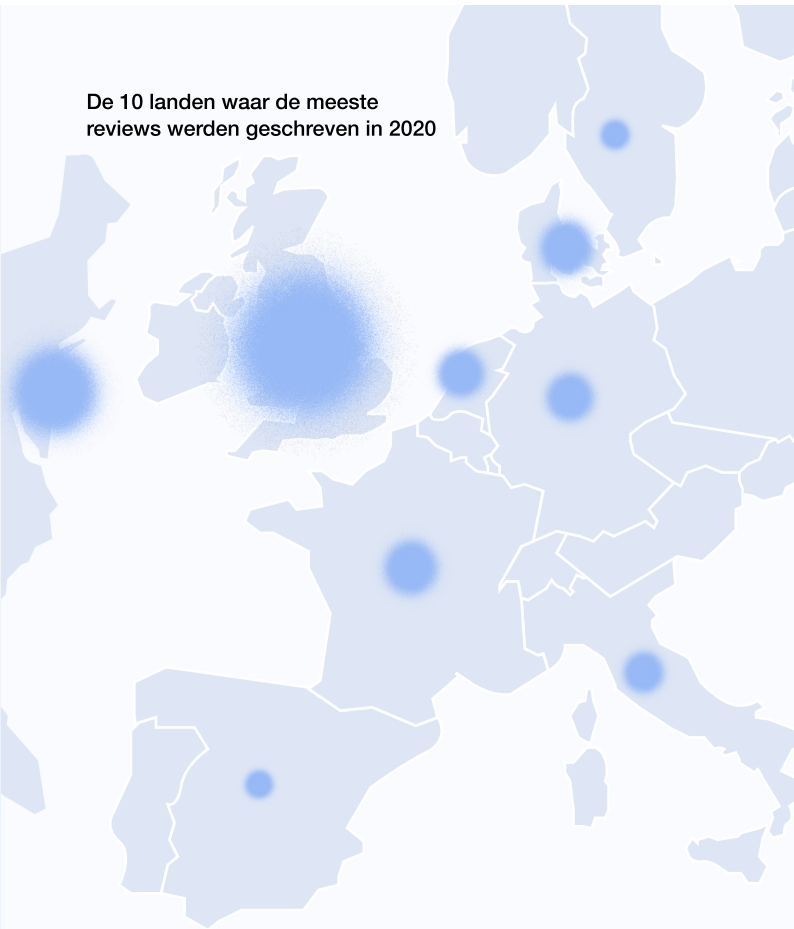
Door consumenten
bekeken reviews in cijfers

540.836.477

Het aantal impressies van bedrijfsprofielen op
Trustpilot wereldwijd in 2020



De 10 landen waar de meeste
reviews werden geschreven in 2020



Verenigd Koninkrijk
13,8 miljoen

Nederland
1,8 miljoen

Verenigde Staten
5,4 miljoen

Italië
1,5 miljoen

Frankrijk
2,6 miljoen

Zweden
878.000

Denemarken
2,2 miljoen

Australië
809.000

Duitsland
1,9 miljoen

Spanje
781.000

Bedrijven in cijfers

529.219

Het totale aantal bedrijfsdomeinen met reviews op Trustpilot sinds de oprichting



314.275

Het totale aantal bedrijfsdomeinen dat in 2020 reviews heeft ontvangen

153.089

Het totale aantal bedrijfsdomeinen dat in 2020 zijn eerste review heeft ontvangen

Hoe we ons platform beveiligen

Trustpilot investeert fors om ervoor te zorgen dat de reviews op ons platform altijd een betrouwbare bron van informatie zijn. Als consumenten en bedrijven niet kunnen vertrouwen op de reviews die ze zien, zou dat de integriteit van ons platform ernstig ondermijnen.

We combineren onze op maat gemaakte fraudedetectiesoftware met een internationaal team van toegewijde en bekwame analisten, onderzoekers en agents die op dagelijkse basis met reviews werken. Fraudeurs ontwikkelen voortdurend nieuwe manieren om de inhoud op ons platform te manipuleren, waardoor we ons constant moeten aanpassen om ze een stap voor te kunnen blijven.

Geautomatiseerde fraudedetectiesoftware

Onze op maat gemaakte, geautomatiseerde fraudedetectiesoftware is speciaal ontwikkeld om frauduleuze reviews op te sporen en te verwijderen.

Zodra een review op Trustpilot wordt gepubliceerd, analyseert onze software onder meer het IP-adres, gebruikers-ID, apparaatkenmerken, locatiegegevens en tijdstempel om te bepalen of een review verdachte eigenschappen bevat.

Elke dag worden er ruim 100.000 reviews op deze manier gecontroleerd. Wanneer onze software op een review stuit die overduidelijk frauduleus is, wordt deze direct offline gehaald en sturen we een e-mail om de betreffende gebruiker hiervan op de hoogte te brengen. Als een review reclame of promotionele inhoud bevat, sturen we geen e-mail. Dit biedt reviewers de kans om eventuele fout-positieven te corrigeren — wat in 14,7% van de offline gezette reviews gebeurt. Als het echter overduidelijk is dat een review nep is, dan blijft deze gewoon offline staan.

100%

van de Trustpilot-reviews wordt gescreend door onze geautomatiseerde fraudedetectiesoftware

Ons intelligente systeem leert voortdurend van de miljoenen datapunten waar het mee te maken heeft. Dit stelt ons in staat om 'machine learning' te gebruiken om de nauwkeurigheid van onze geautomatiseerde software voortdurend te verbeteren.

Dankzij deze technologie wordt onze fraudedetectiesoftware met elke review beter en nauwkeuriger, en kunnen we op grote schaal content en gedrag bestrijden die de integriteit van ons platform ondermijnen.

Onze reviewcommunity en klokkenluiders

Naast onze geautomatiseerde software, verzoeken we bedrijven en gebruikers om verdachte reviews op het Trustpilot-platform te rapporteren.

Iedereen kan een review rapporteren als ze vermoeden dat deze in strijd is met onze richtlijnen. We noemen deze reviews **gerapporteerde reviews**.

De verantwoordelijkheid om de betrouwbaarheid van ons platform te handhaven nemen we heel erg serieus. Onze speciaal opgeleide Content Integrity-agents doen onderzoek naar alle reviews die worden gerapporteerd. Ze hebben toegang tot krachtige tools waarmee ze reviews handmatig op discrepanties kunnen controleren. Deze tools brengen ongebruikelijke en aanhoudende patronen aan het licht met behulp van een grote hoeveelheid data. Ons team kan met deze factoren onderzoeken en beslissen of uitzonderlijke patronen op problemen wijzen of een logische verklaring hebben.

We onderzoeken en beoordelen alle gerapporteerde reviews op gelijke wijze met inachtneming van onze richtlijnen en juridisch context. Wanneer reviews echter worden geanalyseerd door mensen van vlees en bloed, is enige mate van subjectiviteit onvermijdelijk. Maar we maken nooit onderscheid tussen geabonneerde bedrijven en bedrijven die ons gratis pakket gebruiken, noch maken we onderscheid tussen consumenten en bedrijven.

Hoe bedrijven en consumenten een review kunnen rapporteren

Consumenten kunnen een review rapporteren door op het vlag-icoontje te klikken dat onder elke review zichtbaar is. In 2020 zijn er in totaal 88.412 reviews gerapporteerd door consumenten. Ons Content Integrity-team heeft 10.985 van deze rapportages als geldig verklaard, wat neerkomt op 12,4% van alle gerapporteerde reviews.

Bedrijven kunnen een review rapporteren vanaf hun bedrijfsaccount of — als ze geen account hebben — door contact op te nemen met ons Content Integrity-team.

Onze klokkenluidersfunctie is nog een manier waarop mensen problemen vertrouwelijk aan ons kunnen melden. In 2020 zijn er in totaal 469.107 reviews gerapporteerd door bedrijven. Ons Content Integrity-team heeft 294.564 van deze rapportages als geldig verklaard, wat neerkomt op 62,8% van alle gerapporteerde reviews.

Zoals je kunt zien, is er een groot verschil tussen de percentages geldige rapportages door consumenten en bedrijven.

Dat komt omdat bedrijven over het algemeen de tijd nemen om zich te verdiepen in de reviews die ze ontvangen en meestal over meer informatie beschikken, zoals aankoopgegevens. Consumenten hebben daarentegen alleen de informatie in de review zelf. Verder hebben we ook gemerkt dat als consumenten een slechte ervaring hebben gehad met een bedrijf, ze soms al hun positieve reviews rapporteren. Wanneer we dit soort reviews onderzoeken, ontdekken we vaak al snel dat ze niet om een geldige reden zijn gerapporteerd.

Reviews kunnen om de volgende redenen gerapporteerd worden door bedrijven en consumenten:

- Bevat schadelijke en/of illegale inhoud.
- Bevat persoonlijke informatie.
- Bevat reclame of promotionele inhoud.
- Niet gebaseerd op een service- of koopervaring.
- Voor een ander bedrijf bedoeld (alleen bedrijven kunnen om deze reden een review rapporteren).

We stellen gebruikers niet elke keer op de hoogte wanneer hun review wordt gerapporteerd. We sturen ze pas een e-mail zodra is vastgesteld dat hun review in strijd is met onze richtlijnen, met duidelijke instructies om het probleem op te lossen.

Problemen oplossen door samenwerking tussen consumenten en bedrijven te stimuleren

Als een bedrijf vermoedt dat een review niet is geschreven naar aanleiding van een echte ervaring, kan het bedrijf contact opnemen met deze gebruiker, en met behulp van onze [Vind Reviewer-tool](#) om meer informatie vragen.

Deze tool maakt het eenvoudiger voor bedrijven om problemen op te sporen en op te lossen.

Sinds december 2020 moedigen we bedrijven ook aan om een verzoek naar gebruikers te sturen

als ze een review willen rapporteren omdat deze persoonlijke informatie, reclame of promotionele inhoud bevat of voor een ander bedrijf bedoeld is.

Als het probleem vervolgens niet binnen drie dagen opgelost wordt, kan het bedrijf de review alsnog rapporteren, waarna ons Content Integrity-team het verder zal onderzoeken.

We doen er alles aan om elk probleem zo snel mogelijk op te lossen. Wereldwijd bedraagt onze eerste reactietijd minder dan 48 uur.



Consumenten

A young woman with dark, curly hair is shown in a close-up, profile view. She is wearing a light blue, textured cable-knit sweater. Her right hand is resting under her chin, and she is looking down with a thoughtful or contemplative expression. The background is a solid, light beige color.

Gerapporteerde
reviews in cijfers

Door consumenten gerapporteerde reviews in cijfers

88.412

Het totale aantal reviews dat door consumenten is gerapporteerd in 2020



10.983

Het totale aantal reviews dat om geldige redenen is gerapporteerd en offline is gezet in 2020

12,4%

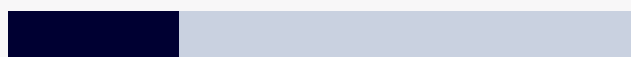
Percentage geldige rapportages door consumenten in 2020

Door consumenten gerapporteerde reviews onderverdeeld naar reviewbron

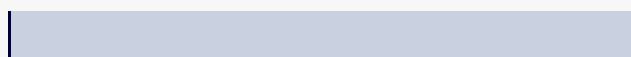
Organisch 73% | 67.408



Op uitnodiging 26,8% | 20.500



Omgeleid 0,2% | 504



Door consumenten gerapporteerde reviews onderverdeeld naar sterrenscore

★ 26% | 5-sterren reviews

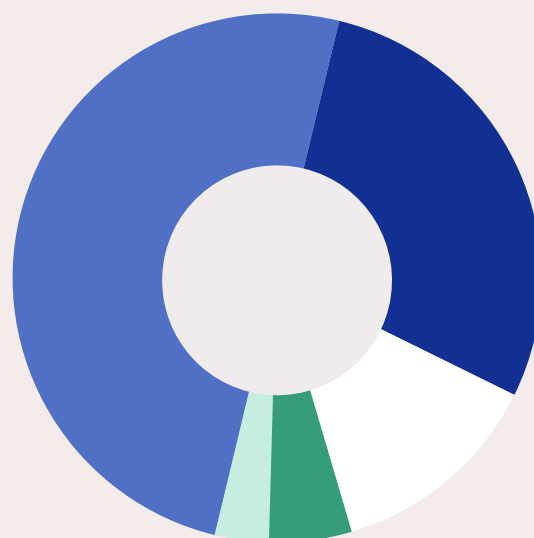
★ 4% | 4-sterren reviews

★ 5% | 3-sterren reviews

★ 8% | 2-sterren reviews

★ 57% | 1-ster reviews

Door consumenten gerapporteerde reviews onderverdeeld naar rapportage-reden



● Reclame of promotionele inhoud
50% | 32.352

● Schadelijke en/of illegale inhoud
8% | 5.434

● Niet gebaseerd op een echte ervaring
30% | 19.648

● Overige
1% | 733

● Bevat persoonlijke informatie
16% | 10.005

'Overige' verwijst naar schendingen van onze richtlijnen die niet binnen onze algemene rapportage-redenen vallen en die via e-mail of post zijn gemeld. De percentages kunnen meer dan 100% bedragen, aangezien reviews om verschillende redenen gerapporteerd kunnen worden.

Bedrijven

Gerapporteerde
reviews in cijfers

Door bedrijven gerapporteerde reviews in cijfers

469.107

Het totale aantal reviews gerapporteerd
door bedrijven in 2020



294.564

Het totale aantal reviews dat om
geldige redenen is gerapporteerd
en offline is gezet in 2020

62,8%

Percentage geldige rapportages door
bedrijven in 2020

Door bedrijven gerapporteerde reviews onderverdeeld naar reviewbron

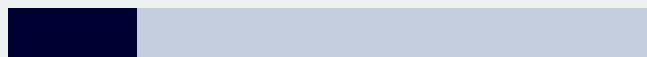
Organisch

80,9% | 426.855



Op uitnodiging

19% | 39.530

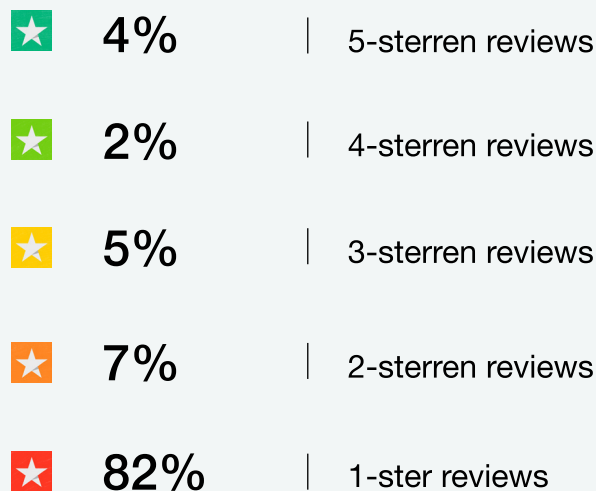


Omgeleid

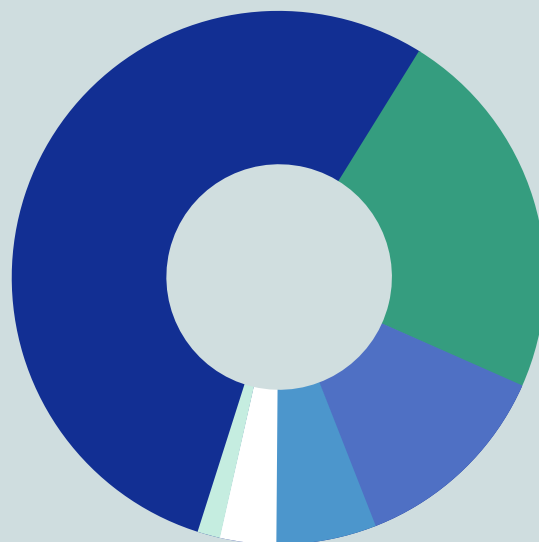
0,1% | 2.722



Door bedrijven gerapporteerde reviews onderverdeeld naar sterrenscore



Door bedrijven gerapporteerde reviews onderverdeeld naar rapportage-reden



● Niet gebaseerd op
een echte ervaring
55% | 191.963

● Voor een ander
bedrijf bedoeld
10,5% | 37.068

● Schadelijke en/of
illegale inhoud
23% | 79.647

● Bevat persoonlijke
informatie
4% | 14.123

● Bevat reclame of
promotionele inhoud
12,5% | 43.366

● Overige
1% | 1.491

'Overige' verwijst naar schendingen van onze richtlijnen die niet binnen onze algemene rapportage-redenen vallen en die via e-mail of post zijn gemeld.
De percentages kunnen meer dan 100% bedragen, aangezien reviews om verschillende redenen gerapporteerd kunnen worden.

Misbruik van de rapportagetool

Het komt soms voor dat onze rapportagetool op een inconsistente manier wordt gebruikt, of dat er ten onrechte reviews worden gerapporteerd die helemaal niet in strijd zijn met onze richtlijnen. Voorbeelden van misbruik van onze rapportagefunctie:

- Het te snel achter elkaar rapporteren van reviews, wat erop wijst dat niet zorgvuldig en aandachtig genoeg naar elke afzonderlijke review wordt gekeken.
- Het rapporteren van een groot aantal authentieke, negatieve reviews in een poging ze offline te plaatsen.

- Het herhaaldelijk rapporteren van dezelfde review met als doel om deze offline te krijgen.

Wanneer zakelijke gebruikers onze richtlijnen schenden, krijgen ze van ons een waarschuwing, zowel in hun bedrijfsaccount als via e-mail. Aanhoudend misbruik van onze rapportagetool resulteert, in het geval van het te snel achter elkaar rapporteren van reviews, in een automatische blokkering van de functie gedurende 48 uur. In het geval van het herhaaldelijk rapporteren van authentieke reviews, duurt de blokkering 14 dagen. Als deze schending van onze richtlijnen aanhoudt, zullen er maatregelen worden genomen, waaronder een formele kennisgeving aan het bedrijf, beëindiging van het contract en een consumentenwaarschuwing op het openbare Trustpilot-profiel.



Nepreviews en hoe we ze bestrijden

Trustpilot investeert fors in het opsporen en bestrijden van nepreviews en het ondernemen van actie tegen de verantwoordelijken. In 2020 hebben we 2.209.230 nepreviews van ons platform verwijderd. Dat is 5,7% van het totale aantal reviews dat in 2020 is geschreven en 1,7% van alle reviews die sinds 2007 zijn geschreven.

Wat is een nepreview?

Wanneer we spreken over nepreviews, bedoelen we reviews die niet zijn geschreven naar aanleiding van een service- of koopervaring met een bedrijf, en zijn achtergelaten in een poging om de perceptie van de consument te manipuleren of een bepaald bedrijf in een negatief daglicht te stellen. Reviews die een echte ervaring weerspiegelen, zelfs als de inhoud van de review door het beoordeelde bedrijf als oneerlijk wordt beschouwd, zijn niet nep.

Dit soort reviews beschouwen we als nepreviews:

- Een review die door het bedrijf zelf is achtergelaten.
- Een review waarvoor is betaald in een poging om de score van een bedrijf op Trustpilot te beïnvloeden.
- Een review achtergelaten op het profiel van een concurrent in een opzettelijke poging om hun score op Trustpilot te ondermijnen.
- Reclame of een advertentie in de vorm van een review.
- Een review die van het platform is verwijderd omdat deze schadelijke en/of illegale inhoud bevat.
- Een review die niet gebaseerd is op een service- of koopervaring met het bedrijf.

Hoe we nepreviews herkennen

Nepreviews worden op verschillende manieren geïdentificeerd, zoals met onze fraudedetectiesoftware, via onze rapportagetool en door onze fraude-analisten.

Onze fraude-analisten gebruiken verschillende tools om te detecteren en te valideren of een review echt of nep is.

Dit omvat het gebruik van de inzichten van ons anomalie-detectiemodel. Dit model analyseert gedragspatronen met behulp van datapunten zoals hoe bedrijven in de loop van de tijd aan hun reviews komen, en het reactiepercentage van consumenten. Eventuele veranderingen in de gedragspatronen die we herkennen, worden gemarkeerd en vervolgens gebruikt om verder onderzoek naar te doen. We gebruiken deze technologie om een vroegtijdig waarschuwingssysteem te ontwikkelen dat vermoedelijke schendingen van onze richtlijnen identificeert, zodat onze fraude-analisten en onderzoekers proactief en snel actie kunnen ondernemen.

We maken ook gebruik van een speciale gegevensanalyse-tool om clusters van vermoedelijke nepreviews te identificeren. Deze tool maakt gebruik van natuurlijke taalverwerking, classificatoren voor machine learning en clusterdetectietechnieken om grote aantallen reviews en het bijbehorende gedrag op ons platform en op het internet te analyseren. De tool werpt een brede blik op alle reviews die op het platform worden ingediend, en identificeert verbanden en associaties tussen reviewers en bedrijven. Dit helpt ons om bestaande en opkomende gedragspatronen te identificeren die verband houden met nepreviews. We gebruiken deze informatie om gepaste maatregelen te kunnen nemen, zoals het blokkeren van gebruikersaccounts die nepreviews plaatsen, of als basis voor actie tegen bedrijven die actief proberen inhoud op ons platform te manipuleren.

Nepreviews in cijfers

2.209.230

Het totale aantal nepreviews dat in 2020 is verwijderd



1.549.683

Nepreviews die in 2020 automatisch zijn verwijderd door onze fraudedetectiesoftware

659.547

Nepreviews die in 2020 handmatig zijn verwijderd door Trustpilot's Content Integrity-team*

Verwijderde nepreviews onderverdeeld naar sterrenscore

★	42%		5-sterren reviews
★	13%		4-sterren reviews
★	12%		3-sterren reviews
★	10%		2-sterren reviews
★	23%		1-ster reviews



Ons integriteitsbeleid

Gelukkig gebruiken de meeste bedrijven en consumenten Trustpilot op een eerlijke en correcte manier. De overgrote meerderheid is zich ervan bewust dat eerlijkheid het langst duurt, en dat gesjoemel met reviews je op de lange termijn niet verder zal helpen om een vertrouwd merk te worden. Constructieve feedback helpt klantgerichte bedrijven met het aanscherpen van hun dienstverlening, en daar heeft uiteindelijk iedereen baat bij.

Hoewel er altijd consumenten en bedrijven zullen zijn die zullen proberen de integriteit van ons platform te ondermijnen door te frauderen en de mening van mensen te beïnvloeden.

Bestrijding van wangedrag en misbruik

Wanneer we activiteiten waarnemen die de integriteit van en het vertrouwen in reviews en bedrijven op Trustpilot ondermijnen, zal ons fraudeonderzoeksteam een onderzoek instellen en enkele of alle van de volgende acties ondernemen:

Waarschuwingen

In het geval van misbruik of wangedrag, ontvangt het bedrijf in kwestie een waarschuwing van ons. Afhankelijk van de ernst van de situatie kunnen we ook direct overgaan tot het sturen van een formele kennisgeving.

Deze waarschuwing wordt automatisch verstuurd nadat onze geautomatiseerde systemen een overtreding hebben vastgesteld. In het geval dat ons gespecialiseerde team de overtreding constateert, wordt de waarschuwing handmatig verzonden. In 2020 hebben we 38.957 waarschuwingen gegeven in verband met wangedrag en misbruik op ons platform.

Formele kennisgeving

Als een bedrijf zich na een waarschuwing blijft misdragen, sturen we een formele kennisgeving met het verzoek om daar onmiddellijk mee te stoppen. In 2020 hebben we in totaal 1.030 van zulke 'cease & desist'-brieven verstuurd.

Als bedrijven een formele kennisgeving ontvangen voor het schenden van onze richtlijnen, registreren we dit in onze interne systemen en kunnen ze zich niet aanmelden voor een betaald abonnement op Trustpilot zolang het wangedrag niet is gestopt. Als bedrijven al een betaald abonnement hebben, stellen we beperkingen op hun account, zodat ze hun huidige abonnement niet kunnen wijzigen, upgraden of verlengen totdat de schending van onze richtlijnen is gestopt.

Samenwerking beëindigen

Als bedrijven met een betaald Trustpilot-abonnement onze richtlijnen blijven schenden nadat ze een cease & desist-brief hebben ontvangen, zullen we het contract met hen beëindigen. In 2020 hebben we 122 contracten beëindigd.

Op dit punt zullen we ook de functies van hun accounts tot een minimum beperken, wat inhoudt dat ze enkel nog reviews kunnen beantwoorden en rapporteren. We vinden het belangrijk dat iedereen te allen tijde reviews kan rapporteren, aangezien onze community een belangrijke rol speelt in de bestrijding van nepreviews en frauduleus gedrag. Dit geldt voor alle bedrijven, ongeacht of ze wel of niet gebruikmaken van onze betaalde diensten. Deze bedrijven kunnen echter geen review-uitnodigingen meer versturen via ons platform, en het is hen verboden om het Trustpilot-logo, TrustScore, sterrenscore en Trustpilot-reviews op hun website en in al hun overige communicatie-uitingen te gebruiken.

Waarschuwingen en meldingen voor consumenten

Als een bedrijf niet stopt met het schenden van onze richtlijnen, en de integriteit van ons platform blijft ondermijnen, zullen we een [consumentenwaarschuwing](#) op hun bedrijfsprofiel plaatsen.

Dat is een prominente mededeling waarin wordt uitgelegd dat en hoe het bedrijf misbruik heeft gemaakt van Trustpilot. Tegen het einde van 2020 waren er 522 actieve consumentenwaarschuwingen.

We plaatsen zo'n waarschuwing voor een bepaalde periode op het betreffende bedrijfsprofiel, waarna we zullen controleren of het bedrijf nog steeds misbruik maakt van ons platform. We verwijderen geen consumentenwaarschuwingen totdat het wangedrag volledig is gestopt en er een redelijke hoeveelheid tijd is verstreken. Dit helpt ervoor te zorgen dat consumenten goed op de hoogte zijn van de pogingen van een bedrijf om consumenten te misleiden, of anderszins misbruik te maken van ons platform.

Naast consumentenwaarschuwingen maken we ook gebruik van consumentenmeldingen. Dit doen we wanneer er niet per se sprake is van misbruik van ons platform, maar wij van mening zijn dat er informatie is waarvan gebruikers op de hoogte moeten worden gesteld. Bijvoorbeeld als een bedrijf veel in de media is geweest of door een toezichthouder wordt onderzocht.

We tonen deze meldingen net zo lang als nodig is om voor voldoende aandacht onder consumenten te zorgen. In 2020 zijn er in totaal 157 consumentenmeldingen geplaatst.

Reviewaccounts blokkeren

Wanneer gebruikers herhaaldelijk onze richtlijnen voor reviewers schenden, zoals het plaatsen van schadelijke of gefabriceerde reviews of het op wat voor manier dan ook bedreigen of intimideren van bedrijven, zullen we de toegang tot hun Trustpilot-account opschorten of blokkeren.

Zoekmachinegegevens blokkeren

Wanneer we een consumentenwaarschuwing plaatsen op een Trustpilot-profiel, zullen we ook geen gegevens meer delen met zoekmachines over dat bedrijf. Dit betekent dat we stoppen met het delen van de TrustScore, sterrenscore en andere reviewgegevens die zoekmachines kunnen weergeven in hun zoekresultaten, of anderszins gebruiken om bedrijven te indexeren en te rangschikken in zoekresultaten.

Verdere maatregelen

Afhankelijk van de aard en de ernst van het misbruik en het gedrag dat ons ertoe aanzet actie te ondernemen, kunnen we ook de volgende actie(s) ondernemen om schade aan consumenten te voorkomen en vertrouwen in ons platform te waarborgen:

- Juridische stappen, met inbegrip van gerechtelijke procedures.
- Het delen van informatie met wetshandhavinginstanties, regelgevende organen of de media om het bewustzijn te vergroten.
- Het delen van informatie met derden, indien dit redelijk en van toepassing is.

Integriteitsbeleid in cijfers

38.957

Aantal gegeven waarschuwingen in 2020

522

Aantal actieve
consumentenwaarschuwingen
in 2020

157

Aantal consumentenmeldingen in
2020 (nieuw systeem ingevoerd in
augustus 2020)

122

Aantal beëindigde contracten
in 2020

1030

Aantal cease & desist-brieven in 2020

522

Aantal bedrijven waarvoor Trustpilot
in 2020 geen reviews meer naar
zoekmachines stuurt

*alle reviewgegevens zijn afkomstig van Trustpilot.com



Reviews over Trustpilot

Zowel consumenten als bedrijven die ons platform gebruiken, kunnen een review plaatsen over hun ervaring met Trustpilot. Alle reviews die we ontvangen, worden openbaar getoond op [ons bedrijfsprofiel op Trustpilot](#). Veel van de onderstaande informatie is voor iedereen te zien op Trustpilots zakelijke transparantie-pagina.

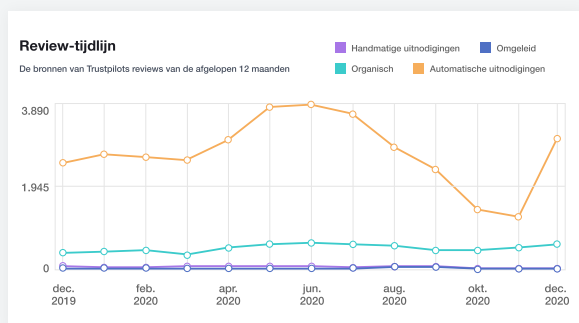
Reviews over Trustpilot in 2020

In 2020 hebben we meer dan 40.252 reviews over ons bedrijf ontvangen, waarvan de meerderheid (80%) 4 of 5 sterren heeft. 14% van de reviews heeft 1 ster.



Hoe we in 2020 onze reviews hebben verzameld en ontvangen

Iedereen kan op het openbare bedrijfsprofiel van Trustpilot een review achterlaten. Wanneer bedrijven een gratis Trustpilot-profiel hebben aangemaakt of zich hebben geabonneerd op onze betaalde diensten, ontvangen ze na twee weken automatisch een review-uitnodiging van ons. Daarnaast worden ook consumenten automatisch uitgenodigd na het achterlaten van een review over een bedrijf op Trustpilot.



Ons reactiepercentage m.b.t. reviews in 2020

In 2020 hebben we 84% van onze reviews beantwoord. Dat is vrij goed, maar we zullen er in 2021 nog meer aan doen om het reactiepercentage te verhogen en de gemiddelde reactietijd te verlagen.



Gerapporteerde reviews onderverdeeld naar sterrenscore

Uitstekend	2.352	49%
Goed	310	7%
Gemiddeld	153	3%
Slecht	149	3%
Zeer slecht	1.803	38%

Ons rapportageproces

De reviews over Trustpilot die we rapporteren hebben uiteenlopende sterrenscores. In de meeste gevallen (99%) rapporteren we reviews, omdat ze voor andere bedrijven zijn bedoeld. We rapporteren ze zodat ons Content Integrity-team de reviews kan verplaatsen naar het juiste bedrijfsprofiel.

Rachel wheeler



Great place!

I love that you guys allow people to post their honest opinions of companies. Most reviews will leave out the negative reviews and the company will only allow the positive reviews to be posted.

Customer Eve



Trust pilot the problem sorter

Trust pilot get the company your dealing with sit up and answer your problems promptly

Geraldine jones



I'm so glad we used Trustpilot for our...

I'm so glad we used Trustpilot for our company. The reviews are open and honest, customers mention it all the time. It helps your customers to trust your business.

Review-inzichten

De vele 5-sterren reviews tonen aan dat de meeste mensen die Trustpilot gebruiken het een zeer nuttig platform vinden. Voordelen die vaak door consumenten worden genoemd, zijn de mogelijkheid om in nauw contact te staan met bedrijven en de mogelijkheid om andere consumenten te helpen een weloverwogen koopbeslissing te nemen. Bedrijven noemen vaak de mogelijkheid om dichterbij hun klanten te staan en het opbouwen van vertrouwen als de grootste voordelen.

In onze reviews met 1 of 2 sterren zijn er twee specifieke onderwerpen die vaak aan bod komen. Namelijk hoe we omgaan met gerapporteerde reviews en onze reactietijd met betrekking tot gerapporteerde reviews.

Edward Davison



Trustpilot & negative reviews

Removing reviews that are negative, it seems you don't like genuine negative reviews, you removed my review of produceshop on their not despatching good from GB as advertised but from Italy, I have noticed I am not the only person to have their negative reviews removed, please explain why this is happening.

Mr Russell Smith



Rubbish site leave great reviews and...

Rubbish site leave great reviews and gets removed

Andy



Great service, but my negative reviews got removed
However - my negative experience review was removed without obvious reason. "Content integrity" department sent me an automated letter, that they can't verify authenticity of my review, so it was removed.

I wrote them back - but still no reply. I want to provide them all possible proofs of my review authenticity and make it visible again. Hope for quick issue resoval.

1. “Trustpilot heeft mijn review verborgen of verwijderd en/of lijkt bedrijven toe te staan om mij te censureren.”

Voorheen was het altijd ons beleid om een gerapporteerde review gedurende het onderzoek offline te zetten.

Eenmaal onderzocht, waren er twee opties:

- De review werd weer online gezet, omdat de rapportage ongeldig bleek of omdat het gemelde probleem was opgelost.
- De review bleef offline staan, omdat de rapportage geldig was, maar de reviewer het probleem niet kon of wilde oplossen.

Zelfs als een review offline blijft staan, wordt deze nooit verwijderd, zodat reviewers op een later tijdstip alsnog de mogelijkheid hebben om te kunnen reageren.

Veel consumenten hebben het gevoel dat dit proces hen censureert, of erger nog, dat Trustpilot op een oneerlijke manier hun opmerkingen verwijderd. Hoewel dit nooit het geval was, begrijpen we waarom mensen dit kunnen denken.



2. “Trustpilot reageert te laat wanneer ik een review rapporteer.”

Sommige mensen vinden dat we niet snel genoeg reageren of handelen nadat ze een review hebben gerapporteerd.

Hierdoor hebben ze het gevoel dat we hun probleem niet serieus nemen, of erger nog, dat het ons niets kan schelen.

Dit is nooit onze intentie geweest.

Onze maatregelen in 2020

In december 2020 hebben we naar aanleiding van deze feedback diverse maatregelen genomen.

Alle reviews die worden gerapporteerd blijven voortaan online staan tijdens het onderzoek, met als enige uitzondering content die als 'schadelijk en/of illegaal' is gerapporteerd. Om het publiek te beschermen en te voldoen aan de regelgeving, worden deze reviews wel offline gehaald tijdens het onderzoek.

Onze maatregelen in 2020

Door een combinatie van procesverbetering en meer investeringen in mensen en technologie zijn we erin geslaagd onze doelstelling te behalen, namelijk ervoor zorgen dat onze Content Integrity-agents tegen eind 2020 altijd binnen 48 uur reageren op het initiële rapportageverzoek.

