Le rôle crucial des avis dans la confiance en ligne /

Comment les différents types d'avis en ligne peuvent instaurer ou détruire la confiance des consommateurs

CANVAS8 Trustpilot

Qu'attendent les consommateurs des avis et des plateformes d'avis pour prendre des décisions plus éclairées ?

Les avis sont l'une des formes les plus fiables de preuve sociale.

La preuve sociale devient de plus en plus efficace, et aujourd'hui près d'un tiers des consommateurs français se fient davantage aux avis qu'au cours des deux dernières années.

49 %

des consommateurs placent les avis clients positifs dans le top 3 de leurs influences d'achat.

89 %

des consommateurs affirment qu'ils consultent des avis avant de faire un achat.

« L'impartialité, c'est faire preuve d'indépendance par rapport à un programme précis - contrairement aux écoles et aux médias, qu'ils soient libéraux ou conservateurs. Les réseaux sociaux aussi. Facebook, CNET, Amazon ou eBay pourraient être considérés comme ayant un programme... Lorsque vous voyez des avis clients indépendants, vous n'imaginez pas un acteur ou une entité se cachant dans leur ombre. »

Professeur Jonah Berger
Professeur associé de marketing, Wharton School à l'Université de Pennsylvanie

« Je pense que de plus en plus de gens se méfient des notes 5 étoiles. »

Professeure Karen Cook
Directrice de l'Institut de recherche en sciences sociales à l'Université de Stanford

Le rôle crucial des avis dans la confiance en ligne /

Comment les différents types d'avis en ligne peuvent instaurer ou détruire la confiance des consommateurs

CANVAS8 Trustpilot

Les gens sont en quête d'authenticité, pas de perfection.

L'authenticité et la transparence sont deux des valeurs les plus importantes aux yeux des clients lorsqu'ils attendent une validation par un tiers, et il ne faut pas les négliger.

64 %

des consommateurs dans le monde préféreraient acheter auprès d'une entreprise réactive plutôt que d'une entreprise qui semble parfaite.

89 %

des consommateurs français ont une bonne image des entreprises qui répondent aux avis.

Les consommateurs préfèrent laisser des avis de manière ouverte et transparente

Les consommateurs condamnent fermement le fait que les entreprises puissent supprimer les avis négatifs ou peu flatteurs.

63 %

des consommateurs français pensent qu'il est très important de savoir précisément comment les sites d'avis publient les avis.

55 %

des consommateurs dans le monde préféreraient utiliser une plateforme ouverte.

Les consommateurs pensent que la censure des avis entraîne un gaspillage d'argent **(45 %)** et nuit à la liberté d'expression **(42 %)**.

Les consommateurs ne tolèrent pas la censure des avis. Tous les avis, bons ou mauvais, devraient toujours être affichés. Il faut tout miser sur la transparence afin d'aider les consommateurs à prendre des décisions plus éclairées et de renforcer leur confiance dans les entreprises.

70 % des consommateurs du monde entier estiment que la censure des avis clients est un sérieux problème.

62 % des consommateurs du monde entier cesseraient d'utiliser les plateformes d'avis s'ils découvraient qu'elles censurent les avis.