

# Il ruolo fondamentale delle recensioni per la fiducia sul web /

Come diversi tipi di recensioni online generano o danneggiano la fiducia dei consumatori

**CANVAS**  Trustpilot

## Cosa si aspettano i consumatori dalle recensioni e dalle piattaforme di recensioni per poter prendere decisioni più consapevoli?

### Le recensioni sono una delle forme più affidabili di riprova sociale

La riprova sociale sta diventando sempre più efficace e oggi quasi metà (41%) dei consumatori mondiali afferma che la propria fiducia nelle recensioni è aumentata nel corso degli ultimi due anni.



**il 49%**

dei consumatori ha indicato le recensioni positive dei clienti tra i primi tre fattori che influenzano gli acquisti

**l'89%**

dei consumatori dichiara di controllare le recensioni prima di effettuare acquisti

“

"A essere considerate imparziali sono le realtà che non hanno un programma o dei secondi fini. Persino le scuole e i mass media, indipendentemente dall'appartenenza politica, hanno un programma. Lo stesso si può dire dei social media. A Facebook, CNET, Amazon o eBay potremmo attribuire un programma... Invece, di fronte a recensioni autonome dei consumatori, non viene da pensare che ci sia una persona o un'entità alle spalle."

Prof. Jonah Berger  
Professore associato di Marketing, Wharton School, University of Pennsylvania

"Penso che un numero sempre maggiore di persone stia diventando diffidente nei confronti delle valutazioni a 5 stelle."

Prof. Karen Cook  
Direttore dell'Istituto di ricerca per le scienze sociali, Stanford University



# Il ruolo fondamentale delle recensioni per la fiducia sul web /

Come diversi tipi di recensioni online generano o danneggiano la fiducia dei consumatori

CANVAS  Trustpilot

## La gente ricerca autenticità, non perfezione

Autenticità e trasparenza sono due dei fattori a cui aspirano i clienti quando cercano una convalida esterna, e non andrebbero sottovalutati.



**il 64%**

dei consumatori mondiali afferma di preferire comprare da un'azienda propensa al dialogo piuttosto che da un'azienda che appare perfetta

**l'83%**

dei consumatori mondiali vede di buon occhio le aziende che rispondono alle recensioni

## I consumatori preferiscono lasciare recensioni in modo aperto e trasparente

Il pensiero che le aziende abbiano la possibilità di rimuovere i feedback negativi o poco lusinghieri è completamente inaccettabile per i consumatori.



**il 56%**

dei consumatori mondiali ritiene molto importante sapere esattamente come i siti di recensioni scelgano di pubblicare le recensioni

**il 55%**

dei consumatori mondiali preferisce usare una piattaforma aperta



I consumatori ritengono che la censura delle recensioni provochi uno spreco di denaro (**45%**) e danneggi la libertà di espressione (**42%**).



**La censura delle recensioni non è tollerata dai consumatori.** Devono sempre essere mostrate tutte le recensioni, positive o negative che siano. Il massimo grado possibile di trasparenza consente ai consumatori di prendere decisioni più informate e aiuta le aziende a ottenere la fiducia dei clienti.

**il 70%**

dei consumatori mondiali ritiene che la censura delle recensioni dei clienti sia un problema serio

**il 62%**

dei consumatori mondiali smetterebbe di usare le piattaforme di recensioni, se venisse a sapere che censurano le recensioni