De sterke invloed van reviews op online vertrouwen /

Hoe online reviews het vertrouwen van consumenten kunnen wekken en schaden

CANVAS8 Trustpilot

Reviews spelen een onmisbare rol bij de koopbeslissing van de consument. Maar welke reviews en reviewplatforms wekken het vertrouwen van de consument, en welke schaden het?

Reviews zijn een van de meest vertrouwde vormen van social proof

Social proof wordt steeds effectiever, en vandaag de dag heeft maar liefst 41% van de consumenten meer vertrouwen in online reviews dan 2 jaar geleden.

49%

geeft aan dat positieve consumentenreviews een van de drie factoren zijn die hun koopgedrag het meest beïnvloeden.

89%

van de consumenten raadpleegt reviews voordat ze een aankoop doen.

“Alles wat onbevooroordeeld is, wordt vaak als onbaatzuchtig beschouwd. Maar zelfs bij scholen en mediakanalen - of ze nou links of rechts zijn - spelen bepaalde belangen mee. Dit geldt ook voor social media. Facebook, CNET, Amazon en eBay kunnen worden beschouwd als bedrijven met een verborgen agenda. Onafhankelijke consumentenreviews daarentegen, worden doorgaans gezien als een bron van oprechte en belangeloze informatie.”

Hoogleraar Johan Berger
Universitair hoofddocent marketing aan de Universiteit van Pennsylvania

"Ik denk dat steeds meer mensen hun bedenkingen hebben bij bedrijven die alleen maar perfecte reviews ontvangen."

Hoogleraar Karen Cook
Directeur van het Instituut voor Sociale Wetenschappen aan de Stanford-universiteit

De sterke invloed van reviews op online vertrouwen /

Hoe online reviews het vertrouwen van consumenten kunnen wekken en schaden

CANVAS8 Trustpilot

Mensen zoeken naar authenticiteit, niet naar perfectie

Authenticiteit en transparantie zijn de twee voornaamste zaken waar consumenten naar kijken wanneer ze op zoek zijn naar de bevestiging van derden, en mogen zeker niet worden onderschat.

64%

van de ondervraagde consumenten geeft de voorkeur aan een klantgericht bedrijf boven een bedrijf dat op het eerste oog perfect lijkt.

82%

van de ondervraagden heeft een positieve houding tegenover bedrijven die op reviews reageren.

Consumenten willen op een open en transparante manier reviews kunnen achterlaten

De mogelijkheid voor bedrijven om reviews te censureren, kan het vertrouwen van de consument ernstig schaden. Sterker nog, 56% van de ondervraagden vindt het belangrijk om te weten hoe reviews op reviewplatforms precies tot stand komen.

Open reviewplatforms zijn essentieel voor het opbouwen van betrouwbare klantrelaties, omdat ze de vrijheid van meningsuiting faciliteren en consumenten meer zeggenschap geven.

55%

van de consumenten wereldwijd geeft de voorkeur aan een open platform.

Naast een inperking van het vrije woord (42%) geeft maar liefst 45% aan bang te zijn hierdoor geld te verspillen aan verkeerde aankopen.

Review-censuur wordt niet getolereerd door consumenten. Ze vinden dat alle reviews - zowel positief als negatief - altijd moeten worden weergegeven. Door zo transparant mogelijk te zijn, kunnen consumenten beter geïnformeerde koopbeslissingen nemen en zal het vertrouwen van de consument in eerlijke bedrijven alleen maar toenemen.

70%

van de consumenten wereldwijd is van mening dat de censuur van consumentenreviews een ernstig probleem is.

62%

van de ondervraagden zou geen gebruik meer maken van een reviewplatform, zodra bekend wordt dat het reviews censureert.