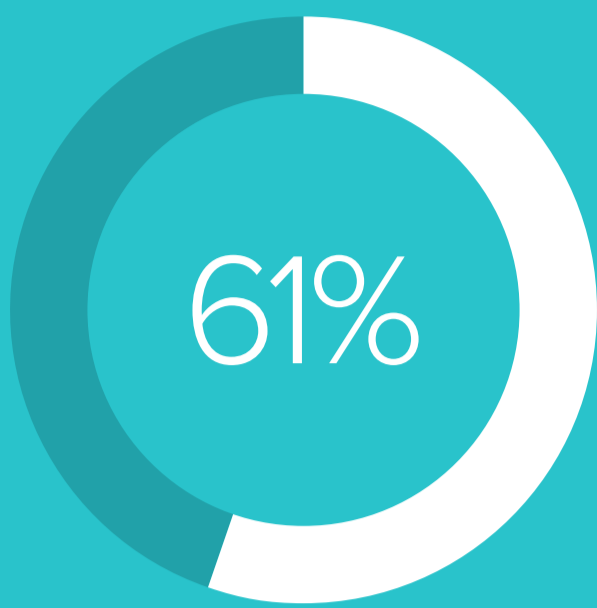


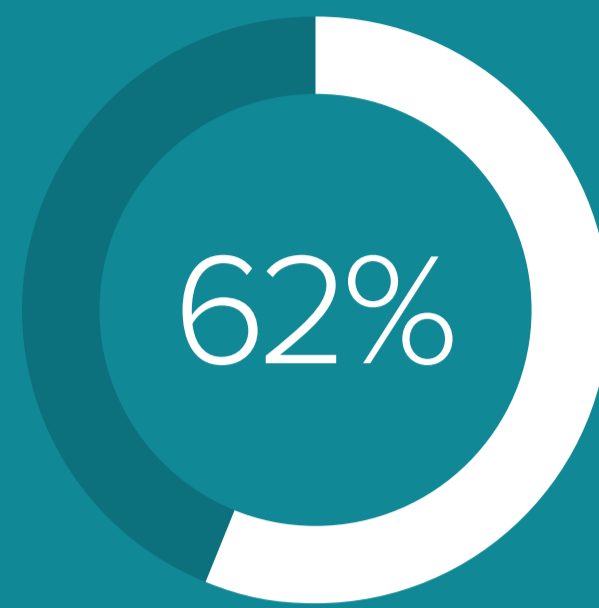
De impact van Trustpilot-reviews in advertenties

London Research heeft 3000 consumenten ondervraagd om de impact van Trustpilots scores en reviews in advertenties te meten. Deze infographic laat zien wat de voordelen van Trustpilot-content zijn voor bedrijven: de advertenties worden overtuigender, vergroten de betrokkenheid en komen betrouwbaarder over.

Bijna twee derde van de Europese consumenten zegt meer geneigd te zijn om merken met een goede Trustpilot-score te vertrouwen.



En een vergelijkbaar percentage is het ermee eens dat een goede Trustpilot-score de kans vergroot dat ze van een merk kopen.



De samenstelling van een advertentie met twee merken

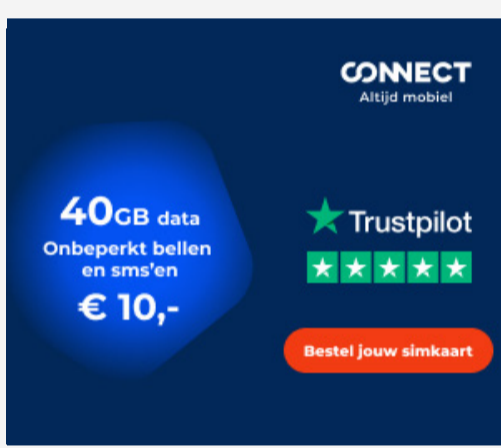
Voor consumenten in de EU is de kans twee keer zo groot dat ze op een advertentie klikken met een Trustpilot-score van vijf sterren, een hoog aantal reviews en een testimonial van een klant.



De impact van Trustpilots content op de betrokkenheid van consumenten.

- Klantreview +58% doorklikpercentage
- Logo en sterren van Trustpilot +36% doorklikpercentage
- TrustScore +26% doorklikpercentage
- Aantal reviews +22% doorklikpercentage

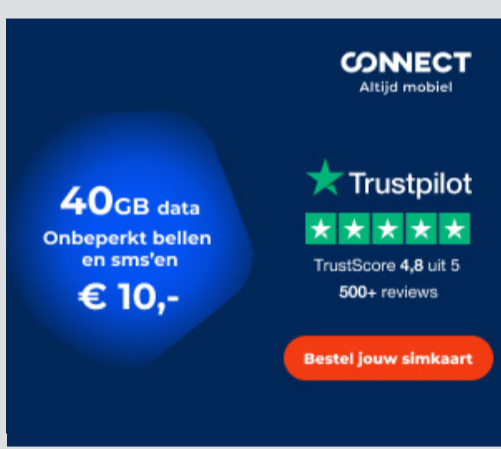
Met het logo en de sterren van Trustpilot heeft een advertentie 36% meer overtuigingskracht.



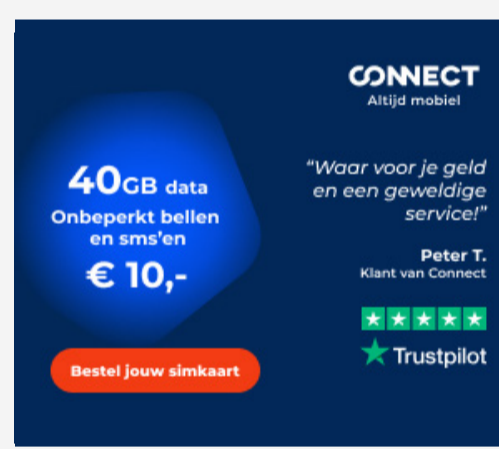
De kans voor consumenten in de EU is 26% zo groot dat ze doorklikken wanneer de TrustScore wordt weergegeven.



Een advertentie met een score van 4,8 en meer dan 500 reviews is 92% aantrekkelijker dan een advertentie zonder content van Trustpilot.



Consumenten in de EU klikken 58% vaker op een advertentie met een review van een klant.



De combinatie van alle Trustpilot-componenten heeft een aanzienlijke impact en kan zelfs de prijs compenseren.

Voor consumenten in de EU is de kans 59% groter dat ze op een advertentie klikken met een Trustpilot-score van vijf sterren, een hoog aantal reviews en een testimonial van een klant in vergelijking tot een advertentie zonder het Trustpilot-merk; zelfs als de prijs 20% hoger ligt.



“Door de sterren aan onze advertenties toe te voegen, verhogen we het aantal klikken. Maar belangrijker is dat door de sterren toe te voegen aan de betaalpagina de conversieratio hoger uitvalt en minder klanten hun aankoop annuleren.”



Kyle Rao
President en CEO, Secure Medical

“In onze retargeting-campagnes maken we altijd gebruik van citaten, omdat ze het laatste zetje kunnen zijn om een consument over de streep te trekken. Een Trustpilot-review van een klant verhoogt het aantal klikken meestal met 10% tot 20%.”



Micael Saillen
CEO en medeoprichter, Tate

“We voegen altijd onze sterren en het aantal reviews toe aan onze digitale advertenties, evenals aan het einde van de video's die we plaatsen. Het is belangrijk dat mensen weten dat de hoge score is gebaseerd op de reviews van veel consumenten.”



Mike Henderson
CMO, SuretyBonds.com

“Wanneer we alle Trustpilot-elementen toevoegen aan onze digitale advertenties, worden deze 15% vaker aangeklikt.”



Jasper Martens
CMO
PensionBee

