

Vertrouwen gebruiken voor een betere ROI

Klanten worden tegenwoordig overspoeld met reclames, waardoor het lastiger wordt om erbovenuit te steken. Dankzij vertrouwen en authenticiteit kun je je merk laten opvallen tussen de concurrentie.

We hebben Kantar gevraagd om onderzoek te doen naar de impact van Trustpilot-elementen in tv-reclames. De resultaten waren zeer positief en duiden erop dat Trustpilot van groot belang is voor de geloofwaardigheid van gerenommeerde merken, terwijl consumenten daarnaast meer te weten komen over nieuwe of kleinere merken. Kantar heeft onder andere het volgende ontdekt:

Trustpilot-elementen in tv-reclames leiden tot merkbare verbeteringen op het gebied van:

De geloofwaardigheid van een merk met tot wel

+8%
punten

De mate van merkvertrouwen met tot wel

+7%
punten

De kans dat klanten iets bij een bedrijf kopen met tot wel

+8%
punten

50%

van alle statistieken werd positief en drastisch beïnvloed, zonder negatieve elementen.

Als je Trustpilot-scores in tv-reclames gebruikt heeft dit bovendien nog een aantal andere voordelen:



Verbeterde perceptie van goede klantenservice

+4%
punten

gemiddelde stijging in het antwoord 'Helemaal mee eens'



Verbeterde perceptie van kwaliteit

+3%
punten

gemiddelde stijging in het antwoord 'Helemaal mee eens'



Verhoogde perceptie van waarde

+3%
punten

gemiddelde stijging in het antwoord 'Helemaal mee eens'

De voordelen van het gebruik van Trustpilot-elementen in tv-reclames

Een significante toename van

+20%
punten

geeft aan dat consumenten liever advertenties met klantenfeedback zien.*

* Als je in de toekomst tv-reclames bekijkt, zie je dan liever reclames met klantreviews of niet?

Trustpilot-elementen in reclames zorgen voor een stijging van

+21%
punten

van de invloed die merken hebben op gezamenlijke aankopen.