

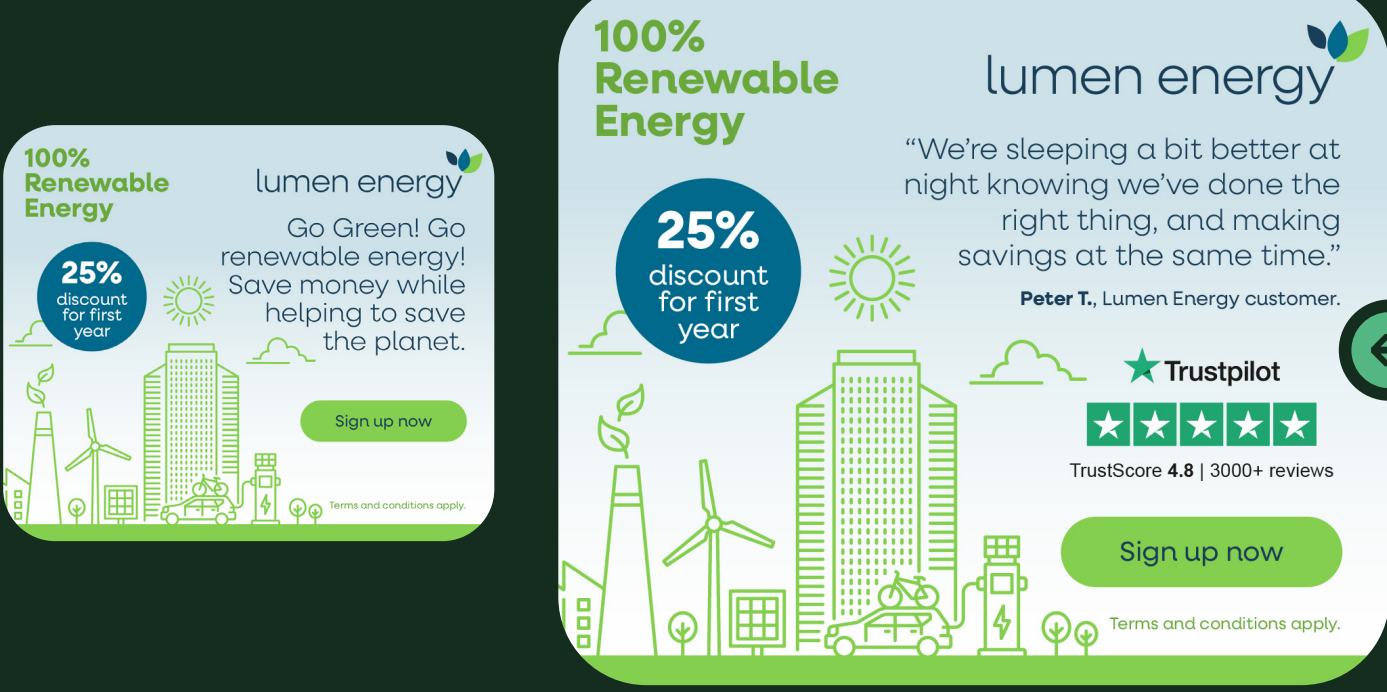
Den kumulativa kraften i Trustpilots sociala bevis

Boosta europeiskt köpbeteende genom att skapa förtroende längs hela kundresan

Förtroende för varumärken är viktigt för mer än en halv miljard nätshoppare i Europa*. Trustpilot gav det oberoende undersökningsföretaget London Research i uppdrag att undersöka konsekvenserna för varumärken som använder förtroendesignaler i sin digitala annonsering och under köpresan online.



Trustpilots effekt på displayannonsering

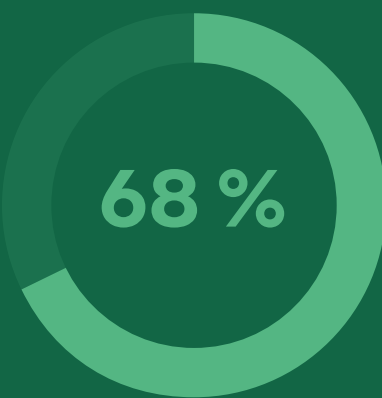


8 gånger större sannolikhet för klick

Konsumenterna är åtta gånger mer benägna att klicka på en displayannons med ett femstjärnigt Trustpilot-betyg, fler än 3 000 omdömen och en kundberättelse än om annonsen inte hade inkluderat Trustpilot.

2,3 gånger större sannolikhet för klick

En annons med Trustpilot-varumärket ger mer än dubbelt så bra resultat som en annons med Trusted Shops-logotypen och stjärnor som visar exakt samma information.



Andelen konsumenter som instämmer i att ett högt Trustpilot-betyg gör dem mer benägna att handla från ett varumärke.



Mer än hälften av Europas konsumenter säger att de har förlorat pengar på att ha betalat för produkter eller tjänster som har visat sig vara undermåliga, och i genomsnitt har de förlorat 654 euro bara under de senaste 12 månaderna.



Kundomdöme

Trustpilot-logotyp och -stjärnor

TrustScore

Antal omdömen

Konsumenterna i Europa är **3,7 gånger mer benägna** att klicka på en annons med ett Trustpilot-omdöme än en annons utan några Trustpilot-signaler.

Konsumenterna är **3,6 gånger mer benägna** att klicka på en annons som innehåller Trustpilot-logotypen och fem stjärnor än en annons utan några referenser till Trustpilot.

Konsumenterna i Europa är **29 % mer benägna** att klicka på en annons med Trustpilot-innehåll om den anger den höga TrustScoren som de fem stjärnorna baseras på.

Annonser med fler än 3 000 omdömen presterar **55 % bättre** avseende klickfrekvens än annonser där bara TrustScoren visas och inte antalet omdömen.

500+ omdömen

+15 % klickfrekvens

3 000+ omdömen

+55 % klickfrekvens

Trustpilots effekt på webbplatsresultat

Undersökningen visade även att Trustpilots logotyp och stjärnor har en positiv inverkan på förtroendet och varumärkeslojaliteten när de används på webbplatser**.

- +3,1 % förtroende
- +2,5 % varumärkeslojalitet

Inverkan på kundresan

- +3 % förtroende

Trustpilot har en kumulativ effekt genom hela kundresan. Respondenterna i undersökningen som hade sett en annons med Trustpilot utöver Trustpilots förtroendesignaler på webbplatsen gav varumärket högre poäng för förtroende.

Vad säger våra kunder?

”En tjänst som Trustpilot är först och främst en referenspunkt för användarna, som inte alltid har tid eller möjlighet att kontrollera ett företags tillförlitlighet. Men det är även en grundläggande tjänst för företag, eftersom det gör att de kan mätas utifrån sina löften till kunderna baserat på fakta.”

Nicola Coppola
Head of E-commerce

CRLAB



”När alla verkar göra samma påståenden [inom grön energi] är förtroendemarkörer som TrustScore, som visar äkta kundinteraktioner, avgörande för att sticka ut i mängden.”

Karl Villanueva
Medgrundare och CMO/CPO

ostrom



Ladda ner rapporten

London Research fick i uppdrag av Trustpilot att genomföra en undersökning bland 4 800 konsumenter i Frankrike, Tyskland, Italien och Nederländerna i juni 2025. Ladda ner rapporten för att läsa mer om undersökningen och metodiken.

*Källa: Statista 2025, Online shopping in Europe - statistics and facts

** Konsumenterna fick se den mobila webbplatsen för Lumen Energy, antingen med eller utan Trustpilots förtroendesignaler, och ombads därefter att poängsätta varumärkets "förtroende" och "varumärkesattraktion" utifrån en 10-gradig skala.