

Il potere della riprova sociale di Trustpilot

Guidare il comportamento d'acquisto degli italiani costruendo fiducia lungo l'intero percorso del cliente

La fiducia nei brand è importante per oltre mezzo miliardo di acquirenti online in Europa*. Trustpilot ha incaricato London Research, società di ricerca indipendente, di condurre uno studio sull'impatto che i segnali di fiducia hanno per i brand nella pubblicità digitale e sui siti web. La ricerca ha previsto un sondaggio su 1.200 consumatori italiani e mostra l'effetto di Trustpilot sulla fiducia, l'affinità con il brand e la propensione all'acquisto.



L'impatto di Trustpilot sul display advertising



6 volte più propensi a cliccare

I consumatori italiani hanno 6 volte più probabilità di cliccare su un annuncio display che mostra la valutazione a cinque stelle di Trustpilot, oltre 3.000 recensioni e una testimonianza di un cliente, rispetto a un annuncio senza Trustpilot.

2,5 volte più propensi a cliccare

L'annuncio pubblicitario con il logo di Trustpilot ottiene risultati 2,5 volte superiori rispetto all'annuncio con il logo di Trusted Shops e le stelle che riportano esattamente le stesse informazioni.



La percentuale di consumatori che concorda sul fatto che un buon punteggio su Trustpilot li rende più propensi ad acquistare da un brand.



Oltre la metà dei consumatori italiani dichiara di aver perso denaro dopo aver pagato per prodotti o servizi risultati di qualità inferiore, con una perdita media di 654 € solo negli ultimi 12 mesi.



La recensione del cliente

Il logo e le stelle di Trustpilot

TrustScore

Il numero di recensioni

I consumatori italiani hanno il **5% di probabilità in più** di fare clic su un annuncio con Trustpilot quando contiene la recensione di un cliente.

I consumatori sono **tre volte più propensi** a fare clic su un annuncio con il logo e cinque stelle di Trustpilot rispetto a un annuncio senza alcun riferimento a Trustpilot.

I consumatori italiani hanno il **25% di probabilità in più** di cliccare su un annuncio equivalente che utilizzi Trustpilot, soprattutto quando viene specificato l'elevato TrustScore alla base della valutazione a cinque stelle.

L'annuncio con più di 3.000 recensioni ha un rendimento **migliore del 50%** in termini di CTR rispetto all'annuncio senza il numero di recensioni che mostra solo il TrustScore.

+500 recensioni
+8% CTR

+3.000 recensioni
+50% CTR

Cosa dicono i nostri clienti

“Un servizio come Trustpilot è un punto di riferimento innanzitutto per gli utenti, che non sempre hanno il tempo e le informazioni per verificare l'affidabilità di un'impresa. Ma è anche un servizio fondamentale, d'altro lato, per le aziende, perché permette di essere misurati nelle promesse ai clienti sui fatti.”

Nicola Coppola
Head of E-commerce

CRLAB



“Dietro ogni recensione c'è una persona reale che ha utilizzato il servizio e condivide la sua esperienza, motivando anche i più insicuri a compiere un primo passo importante.”

Davide Bernasconi
Operations Manager

serenis



[Scarica il report](#)

Trustpilot ha incaricato London Research di condurre, nel giugno 2025, un sondaggio su 1.200 consumatori italiani. Scarica il report per maggiori informazioni sulla ricerca e sulla metodologia.