

Hoe krijgt een bedrijf een goede score op Trustpilot?



Top beoordeelde Trustpilot-klienten over loyaliteit, feedback, trends en meer.

01

Inhoudsopgave

Introductie	2
Een klantgerichte aanpak is essentieel	3
Bedrijven floreren door feedback van klanten	4
Waarom ze voor Trustpilot hebben gekozen	5
Wat kun je doen met een hogere score op Trustpilot?	6
Uitgelichte bedrijven	7



02

Introductie

Er staan meer dan 300 miljoen reviews op Trustpilot over meer dan een miljoen verschillende bedrijven en domeinen. Dat is heel veel feedback, waarbij er sprake is van zeer uiteenlopende sterrenscores en afwisselend reviewsentiment.

We wilden tot op de bodem uitzoeken wat sommige van de goed beoordeelde bedrijven doen om hun sterrenscores op peil te houden.

Hoe krijgt een bedrijf een hoge score op Trustpilot? Hebben ze een andere relatie met hun klanten dan bedrijven met een lagere sterrenscore? Gebruiken ze unieke strategieën om hun klanten te laten zien dat ze worden gewaardeerd? Hoe gaan ze om met negatieve feedback en conflicten met ontevreden klanten? Wat doen ze met de feedback van hun klanten?

We hebben vijf bedrijven op Trustpilot geïnterviewd en ze gevraagd hoe ze een hoge TrustScore hebben behaald en wat andere bedrijven zouden kunnen doen om een betere klantervaring te realiseren.



03

Een klantgerichte aanpak is essentieel

“We proberen alles altijd vanuit het oogpunt van de klant te bekijken. We willen overal een persoonlijke touch aan geven, goed advies bieden, een warm gevoel creëren, toegankelijk zijn en alles op een plezierige manier doen, zodat we echt kunnen denken vanuit het perspectief van onze klant. Essentieel is dat alle afdelingen samenwerken om de klant centraal te laten staan. Het moet niet alleen een slogan zijn maar een overtuiging waar alle medewerkers zich aan vasthouden.”

Wouter Verhoeven

Business Operations Manager, Eijerkamp

“Bij Parfumerie.nl laten we onze klanten op verschillende manieren zien dat we ze waarderen. Wij hechten veel waarde aan een persoonlijke benadering en daarom sturen we bijvoorbeeld een bedankje mee bij elke bestelling. Daarnaast voegen we vaak wat kleine extra's toe, zoals een monster van een nieuw product. We staan altijd open voor feedback en gebruiken deze input om onze dienstverlening te verbeteren.”

Hugo de Groot

CEO, Parfumerie.nl



“Het is belangrijk om je in de gast te verplaatsen. Alleen dan kun je tot een passende oplossing komen die beide partijen als positief ervaren.”

Sabine

Klantenservice, Dormio

“Het menselijke aspect is essentieel binnen onze branche. We zijn grote voorstanders van digitalisering, maar we merken dat onze klanten nog steeds graag een echt persoon willen spreken als ze een van de belangrijkste financiële beslissingen in hun leven moeten nemen. Bij hypotheek.winkel nemen we nog echt de tijd om samen de beste oplossing te vinden, waarbij we rekening houden met de wensen van de klant.”

Hans Van Den Bergh

Hoofd marketing, hypotheek.winkel

“Bij Otrium geloven we dat de sleutel tot een klantgericht bedrijf eerlijkheid en duidelijkheid is. Dit betekent dat we openhartig zijn over alles, van waar we voor staan tot hoe lang het duurt voordat je bestelling wordt geleverd. Het is niet altijd gemakkelijk, maar transparantie is cruciaal. We willen dat winkelen bij ons meer is dan alleen het kopen van spullen: het moet een positieve, eerlijke en duidelijke ervaring zijn. Als een bestelling bijvoorbeeld vertraging oploopt, laten we dat onze klanten snel weten en bieden we ze een aantal opties aan, in plaats van te wachten tot ze ons benaderen. Deze heldere aanpak zorgt er niet alleen voor dat dingen soepeler verlopen, maar je bouwt er ook vertrouwen mee op. In de toekomst willen we nog meer manieren vinden om onze communicatie met klanten duidelijk en eerlijk te houden.”

Ana Stepanović

CX Manager, Marketing & Logistics, Otrium



“Klanten vinden telefonisch contact bij klachtenafhandeling steeds minder belangrijk. Waar dit vroeger een must was, draait het nu om snelheid en digitale service. De grootste fout die bedrijven maken? Niet reageren op klantervaringen. Reageren is cruciaal, ook bij negatieve feedback – zo toon je betrokkenheid en lef. Eijerkamp staat voor warmte en wil dit uitstralen in de gehele klantreis. Met AI kun je razendsnel analyseren wat klanten nodig hebben en hier persoonlijk op inspelen. Dit vergroot direct hun tevredenheid én loyaliteit.”

Layla Santos
Manager klantenservice, Eijerkamp

“Gasten geven eerlijke feedback en laten vaak uitgebreide reviews achter, wat helpt bij het identificeren van problemen die je nog niet eerder had opgemerkt. Probeer bij negatieve reviews empathie te tonen en te zoeken naar een oplossing. We vragen gasten vaak een mail sturen naar onze klantenservice, zodat ik het verder kan oppakken.”

Britt van Heijnsbergen
Klantenservice, Dormio

“Klanttevredenheid is heilig voor ons en we meten deze voortdurend tijdens het hele proces. Dit doen we vooral via de bekende NPS-enquêtes, waarbij we na de sleuteloeverdracht nog een laatste keer de hulp van Trustpilot inschakelen om vragen te stellen over het hele proces.”

Hans Van Den Bergh
Hoofd marketing, hypotheek.winkel

“Klantsentiment meten is cruciaal voor ons. We maken gebruik van diverse tools om hier een duidelijk beeld van te krijgen. We proberen niet alleen reviews te verzamelen, maar we luisteren ook echt naar wat onze klanten te zeggen hebben. Naast Trustpilot maken we ook gebruik van klanttevredenheidsonderzoeken (CSAT), de Net Promoter Score (NPS) en houden we alle interacties op social media nauwlettend in de gaten. Zo hebben we bijvoorbeeld heel veel geleerd door de feedback van klanten door Trustpilot dagelijks te analyseren. Onlangs hebben we dankzij onze reviews geleerd dat er een omslagpunt bestaat voor hoe lang klanten bereid zijn te wachten op een reactie voordat hun tevredenheid begint te dalen. Deze ontdekking was voor ons een echte game-changer. Het heeft ertoe geleid dat we onze processen hebben aangepast, zodat onze reactietijden nu altijd binnen een bevredigend bereik liggen. Onze klanten vormen de kern van ons bedrijf, dus het is van groot belang dat we begrijpen wat hun behoeften en zorgen zijn. Zo kunnen we onze dienstverlening voortdurend verbeteren en hun vertrouwen behouden.”

Ana Stepanović
CX Manager, Marketing & Logistics, Otrium

04

Bedrijven floreren door feedback van klanten

“Als we een negatieve trend opmerken, gaan we dieper in op de feedback om patronen te identificeren. Dit kunnen bijvoorbeeld terugkerende klachten zijn over levertijden, product beschikbaarheid of onze dienstverlening. Dankzij deze informatie kunnen we erachter komen waar het precies misgaat en waarom klanten ontevreden zijn. Aan de hand van deze analyses trainen we onze medewerkers gericht op de benodigde verbeterpunten. Dit kan betekenen dat we ons team extra ondersteunen bij klantgerichte communicatie, processen eens goed onder de loop nemen of technische problemen aanpakken. Door medewerkers beter voor te bereiden en te trainen, kunnen we veel problemen direct oplossen en voorkomen dat ze terugkeren.”

Hugo de Groot
CEO, Parfumerie.nl

05

Waarom ze voor Trustpilot hebben gekozen



“Wat Trustpilot onderscheidt van andere reviewplatforms, is de transparantie en de maatregelen die het neemt om de authenticiteit van reviews te waarborgen. De wetenschap dat een reviewplatform er alles aan doet om frauduleuze activiteiten te voorkomen, zorgt ervoor dat ik als klant vertrouwen heb in de reviews die ik lees. Dit vertrouwen is cruciaal en daarom kijken veel gebruikers op Trustpilot als ze op zoek zijn naar betrouwbare bedrijfsreviews.”

Ana Stepanović
CX Manager, Marketing & Logistics, Otrium

"Een onafhankelijke beoordeling is van cruciaal belang voor onze klanten én voor de organisatie. Transparante feedback geeft ons inzicht in de klantbeleving en waardevolle data om processen en service continu te verbeteren. Door deze inzichten actief te delen binnen al onze teams en afdelingen, vertalen we zowel verbeterpunten als positieve ervaringen naar concrete ontwikkelingen met de focus op klantbeleving."

Wouter Verhoeven
Business Operations Manager, Eijerkamp

“Bij Trustpilot draait alles om transparantie: in tegenstelling tot bij veel andere platforms blijft het profiel van een bedrijf altijd zichtbaar, zelfs als het bedrijf geen klant meer is of gedurende een langere periode geen nieuwe reviews meer heeft ontvangen. Dit zorgt voor inzicht in de reputatie van een bedrijf, ongeacht de omstandigheden. Daarnaast is de toegankelijkheid essentieel. Consumenten kunnen zelfs een review achterlaten op Trustpilot zonder dat ze een aankoop hebben gedaan.”

Hugo de Groot
CEO, Parfumerie.nl

"We zitten nu in ons derde jaar bij Trustpilot. Het grootste verschil is onze score: die is gestegen en maakt een groot verschil voor de CRO. Het verschil tussen een 4,7 en een 4,8 lijkt op het eerste gezicht verwaarloosbaar, maar A/B-testen hebben aangetoond dat dit wel degelijk invloed heeft op het aantal bezoekers dat een afspraak maakt. Het vertrouwen van de klant is cruciaal voor financiële dienstverleners. De toegevoegde waarde zit 'm vooral in het vertrouwen dat de consument heeft in Trustpilot. Trustpilot is een bekende naam en de authenticiteit van de reviews is gegarandeerd, waardoor Trustpilot toegevoegde waarde biedt. Klanten die twijfelen of ze met ons in zee moeten gaan, raak vaak snel overtuigd als ze zien dat we een goede score hebben op Trustpilot."

Hans Van Den Bergh
Hoofd marketing, hypotheek.winkel



Automatisch uitnodigen

Bedrijven die gebruikmaken van geautomatiseerde uitnodigingen verzamelen over het algemeen meer feedback van klanten, waaronder de klanten die positieve ervaringen hebben gehad. Dit resulteert over het algemeen in 15% hogere sterrenscore en 105% meer reviews dan bedrijven die dit niet doen. Door automatisch uit te nodigen en de feedback te implementeren, worden deze bedrijven meer klantgericht en werken ze aan een hogere score.

Hogere conversies

De bedrijven waarmee wij samenwerken, hebben allemaal de kracht van een hoge TrustScore ervaren. Het gemiddelde bedrijf ziet een 23% hogere conversie na het implementeren van Trustpilot op de website. Zo ook [Parfumerie.nl](#).

Parfumerie vertelt...

Bij [Parfumerie.nl](#) leidde de integratie van Trustpilot-widgets op de homepage tot een 14% verlaging van het bounce-percentage. Daarbij zagen zij dat er op de pagina's met Trustpilot-widgets een 27% hogere conversieratio vergeleken met pagina's zonder widgets.

[Parfumerie.nl](#) integreerde daarnaast Trustpilot-scores en -reviews in betaalde advertentiecampaagnes, maar ook in organische posts, met een focus op socialmediakanalen zoals Instagram en Facebook. Sindsdien merkt het bedrijf dat een hoge TrustScore leidt tot meer engagement & hogere conversies. Middels A/B testen zagen zij bijvoorbeeld dat advertenties met Trustpilot een 26% hogere klikfrequentie hadden dan advertenties zonder Trustpilot, ook zagen ze een 19% stijging in de conversieratio voor advertenties die Trustpilot scores en reviews vermeldden.

“Naast het succes met betaalde advertenties, plaatsen we regelmatig onze Trustpilot-scores op onze organische socialmediakanalen. Dit doen we om transparantie en klanttevredenheid te tonen aan onze volgers. Posts met Trustpilot-scores zorgen voor 26% meer engagement in vergelijking met onze andere posts,” vertelt Shannon Tangali-Orie, Marketing Manager bij [Parfumerie.nl](#).

06

Wat kun je doen met een hogere score op Trustpilot?

Uit een onderzoek van London Research, in opdracht van Trustpilot, blijkt dat meer dan twee derde van de Nederlandse consumenten (68%) het ermee eens is dat een goede Trustpilot-score hen eerder geneigd maakt om bij een merk te kopen. Uit datzelfde onderzoek blijkt zelfs dat voor Nederlandse consumenten een advertentie met vier sterren en een TrustScore van 4,2 maar liefst 3,25 keer zo overtuigend is als een advertentie zonder Trustpilot-co-branding. Uit hetzelfde onderzoek blijkt verder dat advertenties met een score van 4,8 maar liefst 41% beter scoort dan advertenties met een score van 4,2.

07

Uitgelichte bedrijven



Dormio ontwikkelt, beheert en verhuurt vakantieparken en hotels in heel Europa, en biedt hoogwaardige accommodaties op top bestemmingen. Als full-service partner verzorgen ze alles: van ontwikkeling en verkoop tot verhuur en exploitatie.



Otrium

Otrium is een online outletplatform voor mode, opgericht in 2016 door Milan Daniels en Max Klijnstra. Ze werken samen met honderden designer- en cultmerken (bijvoorbeeld G-Star, Puma, Reiss) om onverkochte of voorgaande seizoenscollecties in heel Europa met kortingen tot wel 75% opnieuw aan te bieden.



Hypotheek.winkel is een toonaangevende, onafhankelijke Belgische hypotheekmakelaar. Zij helpen particulieren bij het verkrijgen van een hypotheek door offertes van meer dan 25 kredietverstrekkers te vergelijken.



eijerkamp.

Eijerkamp is als familiebedrijf sinds 1928 de autoriteit op het gebied van wonen in Nederland. Met 250 merken onder één dak, meubels voor iedere woonstijl en budget. Met woonwinkels in Zutphen en Veenendaal, bekend van TV. Hier ontdek je de nieuwste woontrends, collecties en meer voor wonen, slapen en design.



Parfumerie.nl is onderdeel van het een gerenommeerde, familiebedrijf Parfumerie Marjo wat al meer dan 50 jaar ervaring heeft in de beauty-industrie. Dankzij hun lange geschiedenis en toewijding bieden ze een breed scala aan authentieke producten. Ze laten je de wereld van beauty ontdekken.



**Wil je een bedrijf
opbouwen dat klanten
op de eerste plaats zet?**

Vraag vandaag nog een demo aan