



In partnership with



Lys starkare än konkurrenterna med Trustpilot-stjärnor

Så står Trustpilot ut från mängden

Trustpilot beställde en undersökning bland 3 000 europeiska konsumenter för att förstå hur betyg och omdömen påverkar köpbeteendet.

Deltagarna i studien fick se olika annonser för en bank och fick sedan svara på vilka annonser de mest sannolikt skulle klicka på för att registrera sig.

Den här infografiken visar hur olika komponenter av annonser med Trustpilots marknadsföringsmaterial påverkar konsumenternas beteende, och hur Trustpilot presterar bättre än konkurrenten Trusted Shops.

Utformningen av en annons med Trustpilot-material

Europeiska konsumenter som läser en bankannons är **8,7 gånger mer benägna** att klicka på en annons med marknadsföringsmaterial från Trustpilot med fem stjärnor, över 3 000 omdömen, och ett kundomdöme än på en annons utan Trustpilot-innehåll.



Resultaten från undersökningen visar också att Trustpilots innehåll har en direkt positiv inverkan på sannolikheten för att en konsument kommer att göra affärer med ett företag.

- Kundomdöme +64 % klickfrekvens
- Trustpilot-logotyp och stjärnor +180 % klickfrekvens
- TrustScore +14 % klickfrekvens
- Antal omdömen +33 % klickfrekvens

Europeiska konsumenter är **50 % mer benägna** att klicka på en annons med Trustpilots logotyp och stjärnor än på samma annons med innehåll från Trusted Shops.

Europeiska konsumenter är **72 % mer benägna** att klicka på en annons med Trustpilots marknadsföringsmaterial och 5 stjärnor, fler än 3 000 omdömen och en kundberättelse än på en liknande Trusted Shops-annons med samma varumärke.



+ 50 %

+ 72 %



En annons med Trustpilots logotyp och stjärnor är **180 % mer övertygande** än en utan.

De europeiska konsumenterna är **64 % mer benägna** att klicka på en annons som innehåller ett kundomdöme.



+180 %

+64 %



En annons med 5 stjärnor och fler än 3 000 omdömen på Trustpilot är **33 % mer effektiv** än samma annons utan antalet omdömen.

Trustpilots innehåll kan väga upp ett högre pris eller sämre marknadsföring. Den här annonsen ger ett bättre resultat än samma annons med en välkomstbonus på 100 EUR men utan Trustpilot-innehåll.



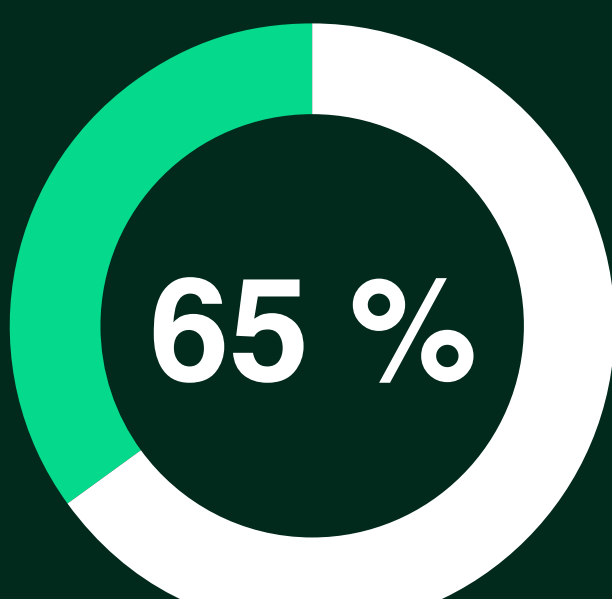
+33 %

+140 %

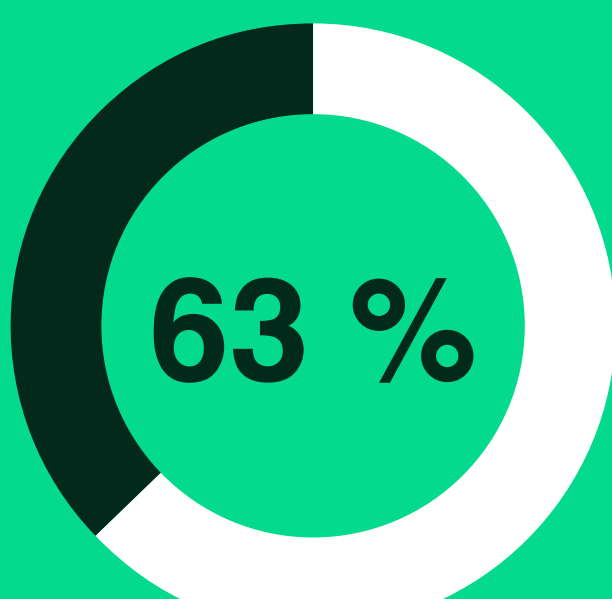


Trustpilots påverkan på europeiska konsumenter

65 % av konsumenterna säger att ett högt Trustpilot-betyg får de att **känna mer förtroende** för ett varumärke.

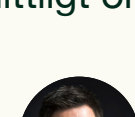


63 % av konsumenterna säger att ett högt Trustpilot-betyg får dem att **vilja köpa** från ett företag.



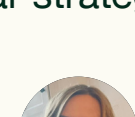
Det här säger våra kunder

”För oss är Trustpilot ledande när det gäller omdömen. Trustpilots omdömen ökar konsumenternas förtroende, vilket i sin tur leder till fler konverteringar och ett högre genomsnittligt ordervärde.”



Jeroen Bonnemajers
Ägare
Brandpreventiewinkel

”Tack vare våra Trustpilot-omdömen får vi veta mer om vad våra kunder tycker är bra och mindre bra, men också vad de letar efter. Det gör det lättare för oss att utarbeta vår strategi.”



Jillian Ross
Brand Manager
Setmore

”Feedback från kunderna är en mycket viktig och värdefull del i arbetet med att tillgodose våra investerares behov. Trustpilot är den perfekta partnern eftersom de är en direkt källa till feedback som vi använder för att kontinuerligt optimera våra processer.”



Sarah Buge
Team Lead Customer Success Management
Companisto

”Transparensen som kännetecknar Trustpilot stämmer perfekt överens med våra kärnvärden: autenticitet och kommunikationsfrihet. Alla omdömen hanteras i hela organisationen: från HR till styrelsen.”



Ruben Peumans
Ägare och VD
ASAP

Vill du veta mer?

Ladda ner hela rapporten [här](#).

Är du redo att komma igång?

[Boka en demo](#) / [Skapa ett kostnadsfritt konto idag](#).



Research
Powered
Content



Få tillgång till hela rapporten

LADDA NER



London Research fick i uppdrag av Trustpilot att genomföra en undersökning bland 3 000 europeiska konsumenter i Frankrike, Tyskland, Italien och Nederländerna i december 2023. Med hjälp av conjoint analys fastställdes konsumenternas preferenser, genom att visa deltagarna olika kombinationer av 20 olika annonser för en fiktiv bank.

Om London Research

London Research producerar forskningsbaserat innehåll för B2B-målgrupper. Vårt huvudkontor ligger i London, men vi har en internationell inriktning. Vi arbetar främst med teknikföretag och byråer som vill berätta en medryckande historia baserad på gedigen forskning och insikter från datansamling. Som en del av Demand Exchange Ltd arbetar vi nära våra systerbolag Digital Doughnut (en global community med över två miljoner marknadsförare) och Demand Exchange (en plattform för lead generation) både för att slå samman vår forskning och för att generera leads.

<https://www.londonresearch.com/>