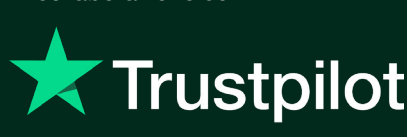




In collaborazione con



Perché le stelle di Trustpilot sono le più luminose

Come Trustpilot riesce a spiccare tra i competitor

Per comprendere l'impatto delle valutazioni e delle recensioni sul comportamento d'acquisto dei consumatori, Trustpilot ha commissionato un sondaggio che è stato somministrato a 750 consumatori italiani.

Agli intervistati è stata mostrata una serie di annunci pubblicitari di un brand bancario ed è stato chiesto loro su quali annunci avrebbero cliccato con maggiore probabilità per aprire un conto.

Questa infografica mostra come i vari elementi degli annunci in co-branding con Trustpilot influiscono sul comportamento dei consumatori e mette in evidenza come l'impatto di Trustpilot sia superiore rispetto a due dei suoi principali competitor, Trusted Shops e Feedaty.

Anatomia di un annuncio pubblicitario in co-branding con Trustpilot

Prendendo come riferimento l'annuncio pubblicitario di una banca, i consumatori italiani sono **otto volte più propensi** a cliccare su un annuncio pubblicitario in co-branding con Trustpilot che mostra una valutazione del cliente a cinque stelle, oltre 3.000 recensioni e che cita la recensione di un cliente, rispetto a un annuncio pubblicitario senza alcun contenuto Trustpilot.



I nostri risultati mostrano anche che i contenuti Trustpilot hanno un impatto positivo diretto sulla probabilità di un consumatore di acquistare da un brand.

- Recensioni dei clienti **+100%** di click-through
- Logo e stelle di Trustpilot **+165%** di click-through
- TrustScore **+9%** di click-through
- Numero di recensioni **+29%** di click-through

I consumatori italiani hanno l'86% di probabilità in più di cliccare su un annuncio in co-branding con Trustpilot rispetto allo stesso annuncio in co-branding con Trusted Shops.

I consumatori italiani hanno il 74% di probabilità in più di cliccare su un annuncio in co-branding con Trustpilot rispetto allo stesso annuncio in co-branding con Feedaty.



+86%

+74%



Il logo e le stelle di Trustpilot rendono un annuncio pubblicitario il 165% più convincente.

I consumatori italiani hanno il 100% di probabilità in più di cliccare su un annuncio che mostra la recensione di un cliente.



+165%

+100%



Un annuncio a cinque stelle di Trustpilot con oltre 3.000 recensioni ha un rendimento migliore del 29% rispetto allo stesso annuncio senza il numero di recensioni.

I contenuti di Trustpilot possono compensare un prezzo più alto o una promozione più debole. Le prestazioni di questo annuncio riescono facilmente a superare quelle dello stesso annuncio con un premio di benvenuto di 100 € ma nessun contenuto relativo a Trustpilot.



+29%

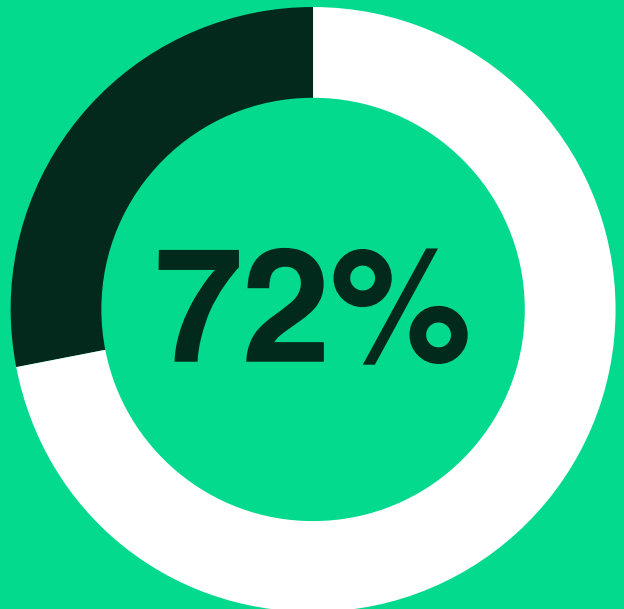
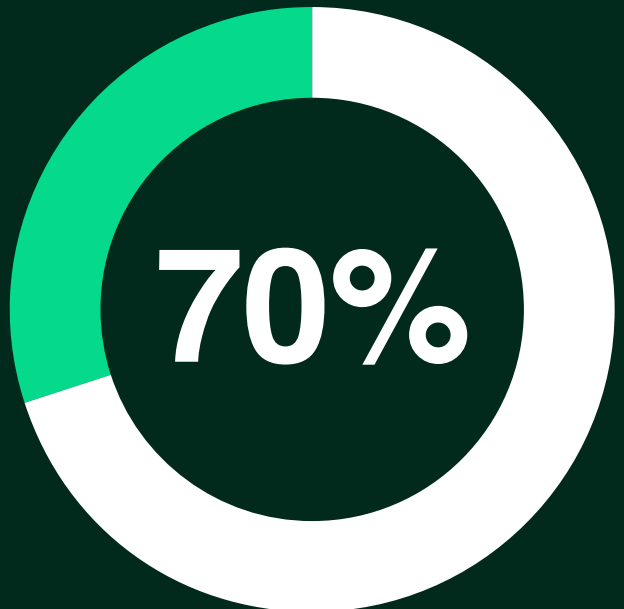
+135%



L'impatto di Trustpilot sui consumatori italiani

Il 70% dei consumatori italiani concorda sul fatto che un buon punteggio su Trustpilot li rende più propensi a fidarsi di un brand.

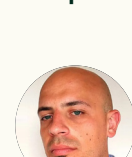
Il 72% degli intervistati concorda sul fatto che un buon punteggio su Trustpilot aumenta la probabilità che acquistino da un brand.



Cosa dicono i nostri clienti

“Unire la forza di due grandi brand come PittaRosso e Trustpilot è stato strategico e di grande impatto.”

“L'aver avuto la possibilità di includere il nostro TrustScore e il brand Trustpilot in così tante creatività ci ha decisamente aiutato a ottimizzare il posizionamento del nostro brand sui canali digitali e verso target specifici.”



Pietro Rossato
Digital Manager
PittaRosso

“Consiglio sempre Trustpilot agli e-commerce con cui lavoriamo e alle altre startup con cui capita di confrontarsi, perché ha svolto un ruolo decisivo fra i consumatori nel modellare la percezione del nostro brand.”



Giorgia Pavia
Marketing e Comunicazione
Solsy

“Viviamo in un contesto di reputation economy in cui le persone scelgono in base alla qualità del servizio. Trustpilot ci ha consentito di comunicare il valore dei nostri corsi attraverso le parole dei nostri stessi studenti soddisfatti, affiancando il nostro brand a quello di una piattaforma di recensioni riconosciuta a livello mondiale per la sua affidabilità e trasparenza.”



Luigi Sguerri
CEO
MyE

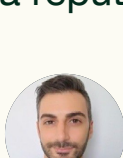
“Raccomandiamo l'uso di Trustpilot sia agli utenti che alle aziende. Per noi di Subito, Trustpilot è uno strumento dall'enorme potenziale che ci permette di incrementare la fiducia degli utenti nell'utilizzare i nostri servizi e di migliorarli sempre di più.”



Wally Mascheroni
Chief Marketing Officer
Subito

“Il nostro attuale obiettivo è quello di aumentare l'esperienza sensoriale dell'acquisto online attraverso l'umanizzazione del processo produttivo, il racconto di come nascono i nostri prodotti e la creazione di una comunità solida. Per raggiungere questo obiettivo abbiamo scelto Trustpilot, uno strumento potentissimo che ci permette non solo di aumentare la credibilità del nostro brand, ma anche di comunicare con i nostri clienti e analizzarne i feedback.”

“Rispondendo a un sondaggio sul perché avessero ritenuto di acquistare su Duzzle, il 20% dei nostri clienti ha affermato di averci scelto perché ha reputato ottime le nostre recensioni su Trustpilot.”



Francesco Rossano
Head of e-commerce
Duzzle

Vuoi saperne di più?
Ottieni il report completo qui.

Cosa aspetti a iniziare?
[Prenota subito una consulenza.](#) / [Crea il tuo account gratuito oggi stesso.](#)



Research
Powered
Content



Leggi il report completo



London Research è stata incaricata da Trustpilot di somministrare un sondaggio a 750 consumatori italiani a dicembre 2023. L'analisi congiunta dei dati emersi mostrando agli intervistati combinazioni diverse di una serie di 20 annunci aventi per oggetto un brand bancario fittizio, è stata utilizzata per quantificare le preferenze dei consumatori.