



# De Neuromarketing van Consumer Reviews

Neuromarketing lunch-webinar / Key Insights



UNRAVEL

Webinar Woensdag

# **Geen webinars missen?**

Wil je weten wanneer we de volgende webinar houden?

Schrijf je in om op de hoogte te blijven!

- ✓ Krijg **live** antwoord op je vragen
- ✓ Ontvang de **opname** en sheets altijd via de mail
- ✓ Webinar toevoegen aan je **agenda** met 1 klik 🥳

 **Klik hier je in te schrijven**

*Je bent met ruim 9.165 anderen in goed gezelschap!*



UNRAVEL

Webinar Woensdag

# Deze webinar terugkijken:

---

De opname van dit webinar vind je via onderstaande link:

Klik hier 📌

<https://www.unravelresearch.com/webinars/de-neuromarketing-van-customer-reviews>

## Alle webinars terugkijken?

Ga naar de overzichtspagina en kijk al onze afgelopen webinars terug. Bijvoorbeeld over De Psychologie van de Supermarkt, of De Psychologie van Onweerstaanbare Brand Assets.

Klik hier 📌:

<https://www.unravelresearch.com/webinars/>



UNRAVEL

# Inzicht #1. Online reviews

Hoe verhoog je conversie met je customer reviews?

Door het gebruik van slimme technieken zet je ze in jouw voordeel in.

Deze webinar is in samenwerking bij Trustpilot, dé plek om te kijken als je op zoek bent naar reviews. Dit is een transparant platform, hier worden alle reviews ook daadwerkelijk gecheckt op hoe waar ze zijn.

Kleine details hebben groot effect op de consument, daarom is het belangrijk dat je ze goed inzet. Bij reviews is vaak wel de vraag of ze betrouwbaar zijn. Door Trustpilot te gebruiken ben je hier een stuk zekerder van. Doordat we als mens gebonden zijn aan bepaalde groepen, werken reviews van mensen die hetzelfde product beoordelen goed. Dit vertelt ons veel over wat wij ervan zullen gaan vinden.

Voor consumenten zijn **consumentenbeoordelingswebsites** heel betrouwbaar, nog betrouwbaarder dan andere sociale groepen zoals school.

Waarom maken mensen graag gebruik van reviews? Dit heeft te maken met **social proof**. We baseren ons gedrag op het gedrag van anderen. Dit kernprincipe geldt voor meerdere aspecten van het leven, maar is ook de reden waarom reviews zo goed werken. We kopiëren het gedrag niet alleen omdat we bij een groep willen horen, maar ook omdat ons brein lui is en het zo weinig mogelijk moeite wil doen om keuzes te maken. Reviews maken dit natuurlijk enorm makkelijk voor consumenten.

Neem schoenen als voorbeeld, bij twijfel is het makkelijk om te kiezen voor het product met de beste reviews. De customer review helpt de keuze die gemaakt moet worden.

Bij vergelijkbare schoenen zou je als eerst kiezen voor degene met de hoogste reviews





# Inzicht #2. Het effect van reviews

Door te begrijpen wanneer de onzekerheid van de consument het grootst is, kun je customer reviews tactisch inzetten zodat je de consument op het ideale moment aan zijn **informatiebehoefte** kan voorzien.

Het effect van reviews is enorm groot. Van de consumenten laat **95%** zich door reviews beïnvloeden voordat ze iets kopen. Verder sturen de locatie en presentatie van reviews aankoopgedrag. Dit is verstandig om te onderzoeken op je eigen site. Door **eye tracking** te gebruiken kan je goed zien tot waar de consument bijvoorbeeld scrollt en kijkt.

Negatieve reviews vallen het meeste op, maar dit is niet erg wanneer je vooral veel positieve reviews hebt. Dit maakt je bedrijf namelijk **betrouwbaarder**. Van de consumenten vertrouwt 68% reviews meer wanneer er negatieve tussen zitten. Pak dit goed op door juist hierop te reageren.



   
heeft **Dunnink Zwolle B.V.** beoordeeld  
"Goeie service en bij vragen wordt je netjes en beleefd geholpen aan de telefoon, wel een beetje jammer dat een gedeelte van wat ze verkopen niet in huis hebben ..."

   
heeft **ParfumWebshop.nl** beoordeeld  
"Snelle levering. Betere prijs. Lekker luchtje."

   
heeft **Toolstation** beoordeeld  
"Goede uitleg van de verkoper en zeer behulpzaam"

   
heeft **Lassola** beoordeeld  
"Hoewel mijn favoriete wit niet op voorraad is, zijn er gelukkig nog veel andere kleuren voor mij om te kiezen. Uitstekend! Ze zijn mooi en helder, en verbruiken..."

   
heeft **Nationale Theaterkassa** beoordeeld  
"Kende deze organisatie niet en werd door hen opmerkzaam gemaakt op vele leuke culturele activiteiten. Genot binnen de overload aan informatie op allerlei gebied..."

   
heeft **Silverback Protein** beoordeeld  
"De aller smeerigste shake die ik ooit heb gehad"

De negatieve review valt het meest op



# Inzicht #3. Verhoog je conversie (1/2)

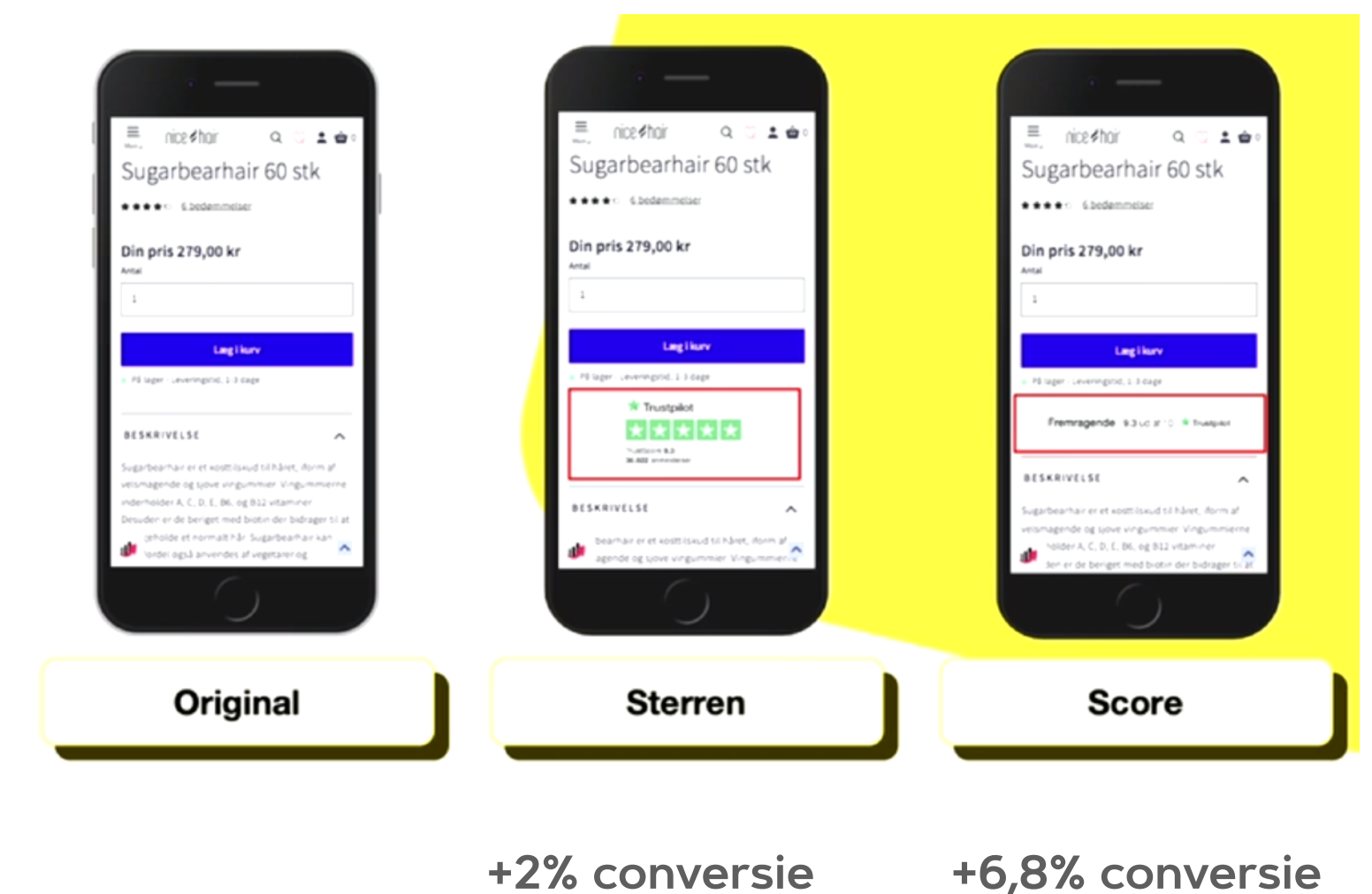
Om je conversie te verhogen kun je gebruik maken van verschillende strategieën.

1. De meerderheid bepaalt: Het **aantal reviews** is belangrijk. Vermeld daarom het aantal reviews ook naast de reviewscore, meer reviews geeft een flinke zekerheidsboost bij het maken van een productscore. Het toevoegen van de score en het aantal reviews bleek in een onderzoek tot wel 15,5% hogere conversie te leiden wanneer consumenten dingen met elkaar gaan vergelijken. Hierdoor wordt er informatie gegeven over zowel het gedrag als de mening van anderen. Als een product weinig reviews heeft, kan dit juist ook afschrikwekkend werken, maar dit is afhankelijk van de score en het product.

2. Haal reviews meer naar boven op de productpagina: Uit eye tracking onderzoek blijkt dat de reviewsectie vaak het meest wordt gebruikt door klanten. Zorg ervoor dat de klant niet veel hoeft te scrollen en plaats recensies boven de fold. Ons brein is namelijk lui en wil belangrijke informatie graag zo snel mogelijk zien. Door de **reviews bovenaan de pagina** te plaatsen bleek dit tot 16,4% hogere conversie te leiden.

3. Subtiel op mobiel: Doordat er **weinig ruimte** is in het mobiele design is de plaatsing nog belangrijker. Klanten die op hun smartphone zitten zijn vaak ongeduldiger en minder bereid om te lezen. De desktopversie is vaak snel te druk, er is dan te veel informatie. Daarom is het belangrijk om de reviewpresentatie op mobiel afzonderlijk te testen. Probeer op een subtiele manier, met zo min mogelijk schermruimte, tot je punt te komen. Ook op mobiel scrollen we namelijk niet graag.

In het voorbeeld zien we iets tegenstrijdigs, we zouden namelijk verwachten dat het middelste voorbeeld het beste is voor de conversie. Toch blijkt dit te druk, daarom werkt de rechter versie het best. Het is belangrijk dit te testen.



# Inzicht #3. Verhoog je conversie (2/2)

4. Reviews onder de winkelwagenknop: Dit is de belangrijkste moment in de customer journey. Dit is namelijk waar de consument kijkt vlak voordat ze de keuze maken. Reviews zijn een goede bron van informatie om op dat moment over te dragen. Plaats deze daarom **dichterbij de winkelwagenknop** om zo de laatste twijfels te doen verdwijnen, dit leidde in een onderzoek tot 4,5% hogere conversie. Bij een onbekende site kan je in plaats van de reviews ook de algehele sitescore tonen. Anderzijds kan dit USP of een belangrijke assurantie rondom het bedrijf zijn. Wel is het afhankelijk van de informatiebehoefte van de gebruiker, daarom is ook dit belangrijk om te testen.

5. Format doet ertoe (getallen, sterren, of allebei): Het format van een totaalscore bestaat uit vier bouwstenen; het logo, de visual (sterren of een balk), de score en het aantal reviews. Afhankelijk van je type product en de bezoeker kan je deze bouwstenen tactisch inzetten om je conversie te verhogen. De beste manier om hier achter te komen is om dit te testen. De **optimale formatting** kan leiden tot wel 40% hogere CTR. Bij fairphone kwamen ze er bijvoorbeeld achter dat het beter werkt om geen reviewtekst in hun advertentie toe te voegen, terwijl dit in sommige gevallen juist wel werkt.



Plaats reviews onder de winkelwagenknop



Trustscore 4,5 uit 5  
op basis van 1689 reviews

- 1. Logo (onafhankelijke partij)
- 2. Visual (score in aantal sterren of balkje)
- 3. Score (score in numerieke waarde)
- 4. Aantal reviews

Reviews bestaan uit verschillende bouwstenen



# Take-Aways: Webinar Brand Health Tracking

---

- ✓ **Reviews zijn een belangrijke stap in de customer journey.** Voor consumenten zijn vooral consumentenbeoordelingswebsites een betrouwbare vorm van social proof.
- ✓ **Reviews kun je tactisch inzetten om conversie te verhogen.** Hierbij is het belangrijk om op de formatting en plaatsing te letten.
- ✓ **Meet de onbewuste impact van reviews.** Hiervoor zijn A/B testen en eye-tracking zeer geschikt.



Bedankt voor je aandacht!

# Meer weten over A/B testing?



Bespreek de mogelijkheden met Tim, onze mede-oprichter

👉 Een online afspraak plannen

← Klik hier om een online  
afspraak te plannen