

Hoe Nederland *omgaat* met reviews & aanbevelingen

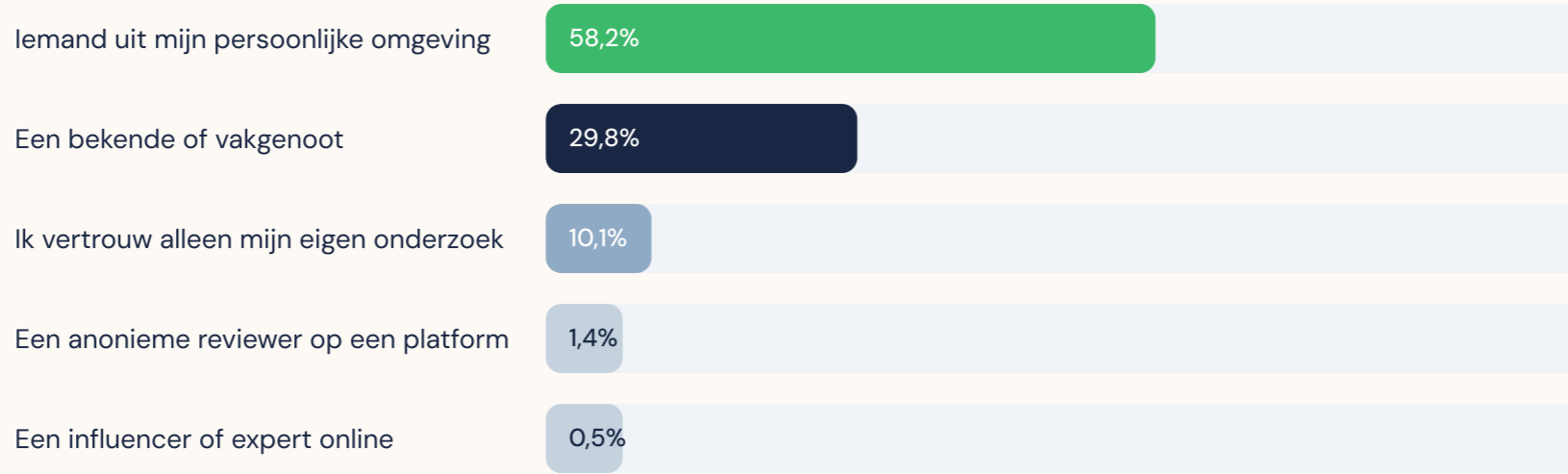
Een nationaal onderzoek naar vertrouwen, gedrag en de toekomst van zakelijke aanbevelingen in Nederland.

RESPONDENTEN 1.026 | LEEFTIJD 16 – 70+ jaar | DOELGROEP Mannen & vrouwen, NL | UITVOERDER Van Harte Aanbevelen

BEVINDING 01

Wie we vertrouwen als het erop aankomt

Wanneer iemand een zakelijke dienstverlener overweegt, naar wie luistert Nederland dan het meest?



Bijna 9 op de 10 Nederlanders laten zich leiden door mensen die ze kennen — niet door anonieme sterren op een platform.

HOOFDBEVINDING — VRAAG 1, N=1.026

WAT DIT BETEKENT

Anonieme reviews zijn voor de meeste Nederlanders nauwelijks doorslaggevend. Echte namen, echte gezichten en aantoonbare relaties zijn wat vertrouwen wekt.

BEVINDING 02

Wat een review geloofwaardig maakt

Niet elke review is gelijk. Respondenten mochten meerdere factoren kiezen die bepalen of zij een review als betrouwbaar beschouwen.

FACTOR	% GEWOGEN
Meerdere reviews die hetzelfde zeggen	48,1%
Review bevat specifieke details over de ervaring	49,2%
Bron of platform (Trustpilot, Google Reviews)	31,1%
Ik vertrouw reviews eigenlijk nooit volledig	27,7%
Er staat een volledige naam bij	25,5%
Reviewer heeft een zichtbaar profiel (LinkedIn / foto)	24,5%
De review is recent geplaatst	24,6%
Reviewer heeft vergelijkbare functie of branche	12,5%

- Specificiteit telt het meest
- Zichtbaar profiel = meer vertrouwen
- Anonimiteit werkt averechts

GENERATIEKLOOF

Jongeren (16–29 jaar) hechten significant meer waarde aan een zichtbaar LinkedIn-profiel en recente reviews dan 60-plussers. Voor de zakelijke doelgroep maakt verificeerbaarheid het verschil.

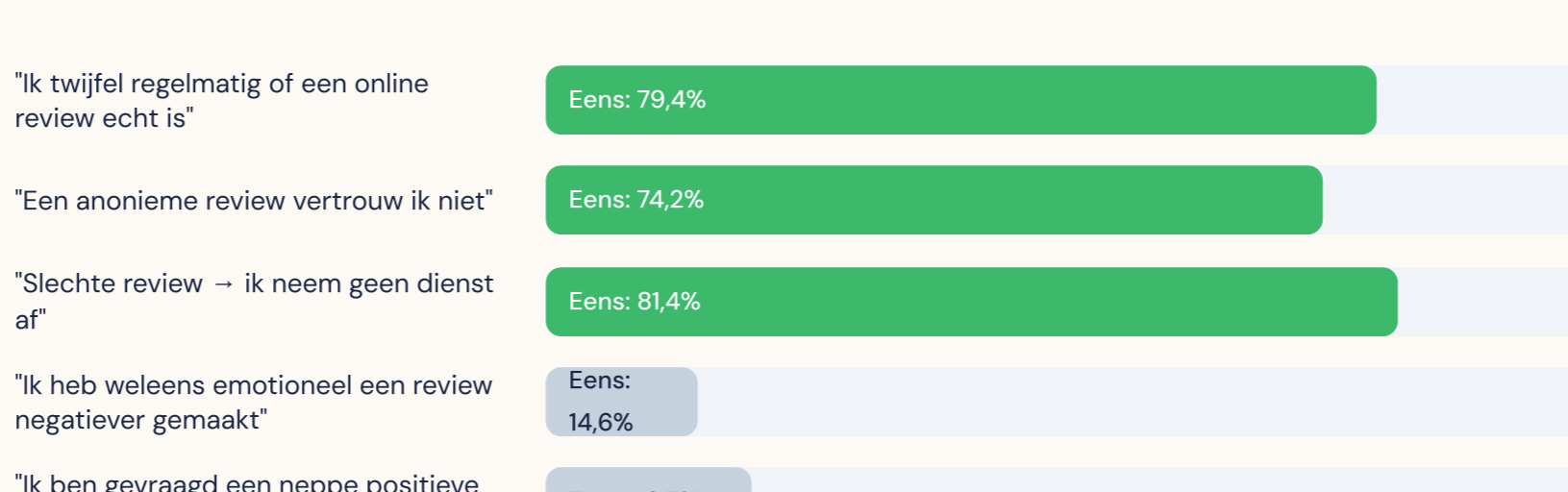
BEVINDING 03

Het vertrouwensprobleem met reviews

Hoe staat Nederland tegenover de betrouwbaarheid van online reviews? Vijf stellingen, eerlijke antwoorden.



STELLINGEN OVER REVIEWGEDRAG



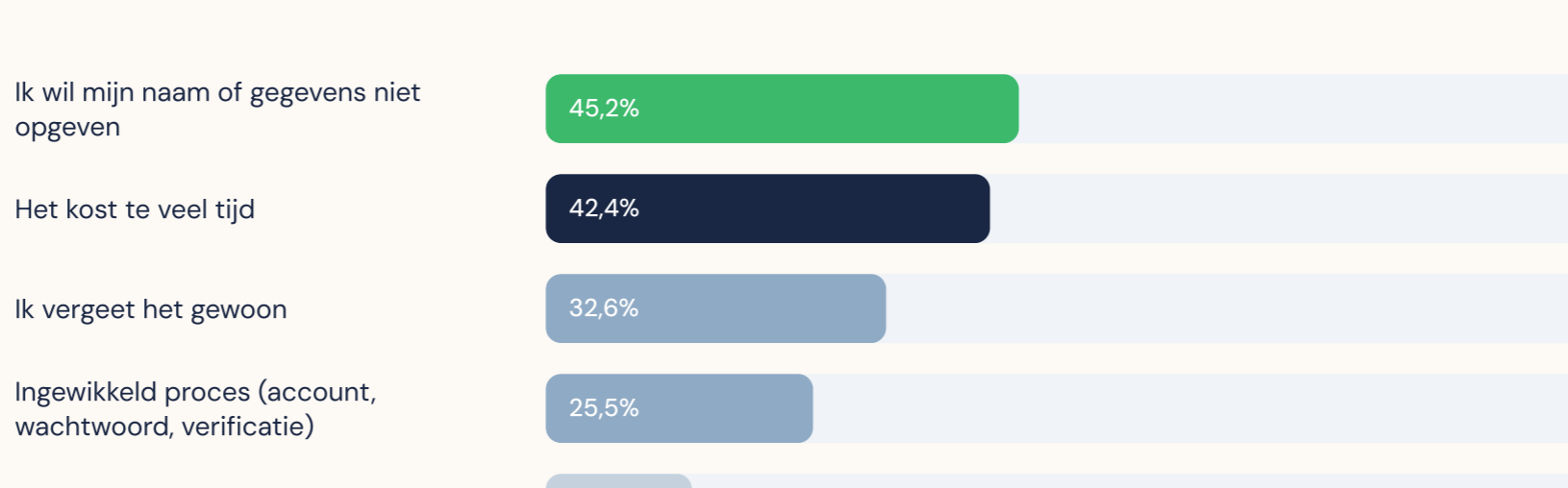
Bijna 1 op de 5 Nederlanders is weleens gevraagd een positieve review achter te laten voor een bedrijf, zonder daar zelf klant te zijn.

VRAAG 3 — N=1.008

BEVINDING 04

Waarom mensen geen review schrijven

Reviews zijn waardevol — maar ze schrijven is een ander verhaal. Wat weerhoudt mensen?



- Privacy is de nr. 1 drempel
- Tijd en gemak spelen ook mee
- Slechts 1 op 10 schrijft actief reviews

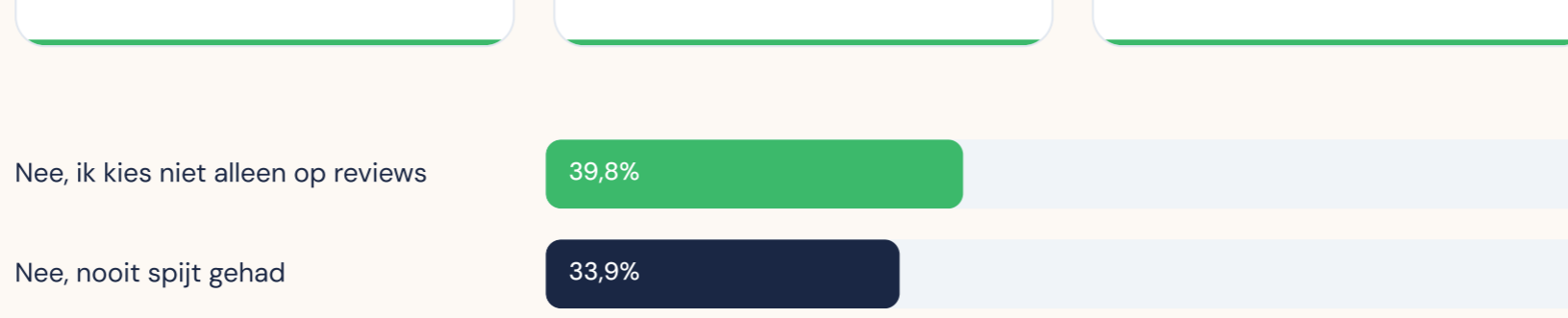
GENERATIEKLOOF

Bij 16–29 jarigen is 'het kost te veel tijd' de grootste drempel (58%). Bij 70-plussers is dat privacybezwaaar (51%). Fricitie in het proces is universeel een probleem.

BEVINDING 05

Spijt van een keuze op basis van reviews

Reviews beïnvloeden aankoopbeslissingen — maar leiden ze altijd tot de juiste keuze?



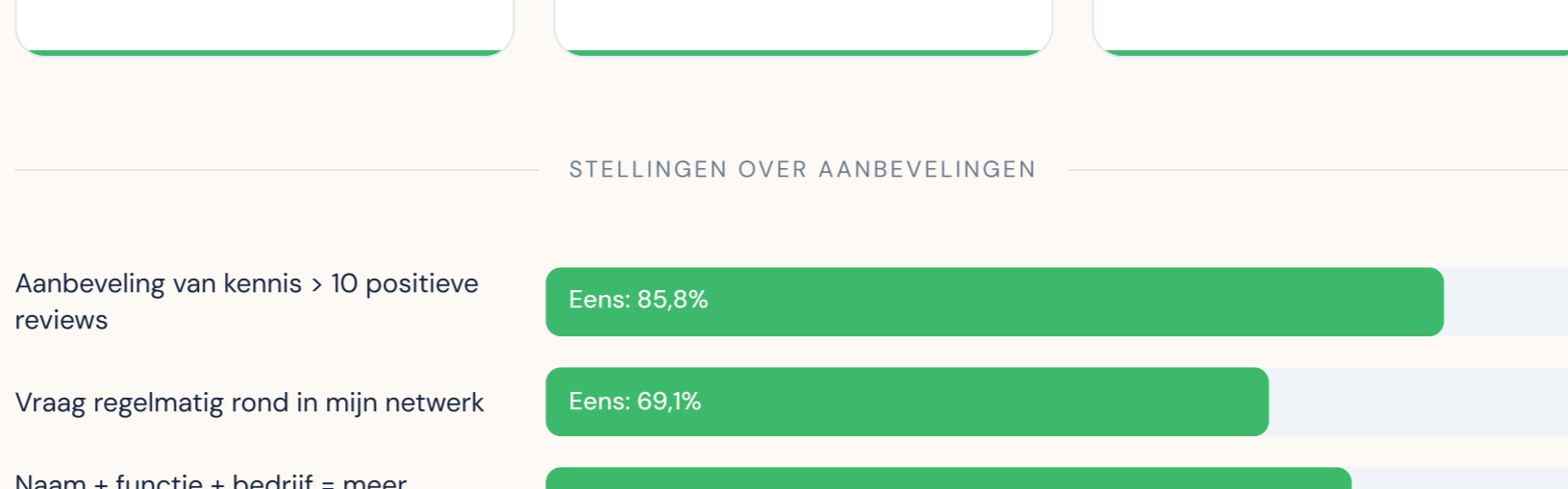
BEVINDING 06

De kracht van een persoonlijke aanbeveling

Wat vinden Nederlanders van aanbevelingen met een gezicht erachter — en hoe gedragen ze zich in de praktijk?



STELLINGEN OVER AANBEVELINGEN



77% van de Nederlanders vertrouwt een aanbeveling met naam, functie en bedrijf meer dan een anonieme sterrenscores — en 7 op de 10 wil ook zelf zien welke professionals een bedrijf aanbevelen.

VRAAG 6 — N=1.000

- Verificeerbaarheid wekt vertrouwen
- Eenvoud verhoogt bereidheid om aan te bevelen
- Netwerk gaat voor platform

CONCLUSIE

Wat dit onderzoek ons leert

Zes bevindingen, één helder beeld: Nederland is klaar voor een nieuw soort sociale bewijskracht.

1. PERSOONLIJK VERTROUWEN WINT ALTIJD

58% laat zich leiden door iemand die ze goed kennen. Slechts 1,4% vertrouwt op anonieme reviews. Bekendheid en nabijheid zijn onverstaanbaar.

2. ANONIMITEIT IS EEN PROBLEEM

Bijna 80% twijfelt regelmatig of reviews echt zijn. 74% vertrouwt een review zonder naam of profiel simpelweg niet. Authenticiteit is geen optie, het is een vereiste.

3. PRIVACY EN FRICTIE BLOKKEREN BIJDRAGEN

45% geeft geen review omdat ze hun naam niet willen opgeven. 42% vindt het te tijdrovend. Eenvoud en controle over privacy zijn voorwaarden, geen luxe.

4. NAAM + FUNCTIE + BEDRIJF = GOUD

77% vertrouwt een aanbeveling met naam, functie en bedrijfsnaam meer dan een anonieme sterrenscores. Verificeerbaarheid is de sleutel.

5. ER IS ENORME ONBENUTTE BEREIDHEID

65% zou vaker een aanbeveling achterlaten — als het maar eenvoudiger was. De bereidheid is er. De drempel is het probleem.

6. ZAKELIJK BEWIJS OP DE EIGEN WEBSITE WERKT

71% vindt het prettig als een bedrijf laat zien welke professionals hen aanbevelen. Zichtbaarheid op de eigen site is geen nice-to-have, het beïnvloedt aankoopbeslissingen.