

'Betaal productrecensenten veel of niets'

17-04-2018 15:18



Consumenten vertrouwen online productbeoordelingen meer wanneer recensenten een hoger bedrag betaald krijgen. Daarnaast worden recensenten die helemaal niet betaald krijgen meer vertrouwd dan wanneer zij een lage vergoeding krijgen. Dat stelt onderzoeker Christilene du Plessis van Rotterdam School of Management in haar proefschrift *Influencers: The Role of Social Influence in Marketing*.

Du Plessis onderzocht hoe financiële beloningen het schrijven en lezen van online productbeoordelingen beïnvloeden. Recensenten die een lage vergoeding van tien cent kregen, bleken zich tijdens het beoordelen 'minder legitiem' te voelen en waren daardoor onzekerder over de beoordeling die ze schreven. Respondenten die een hoge vergoeding van tien euro kregen, of helemaal geen vergoeding, voelden zich als recensent meer legitiem en daardoor zekerder over wat ze schreven.

Bij de studie naar hoe consumenten reageren op recensies, bleek dat respondenten die beoordelingen lezen waarvoor een lage vergoeding was betaald, die lager waardeerden dan respondenten die recensies hadden gelezen waarvoor een hoge of geen vergoeding was betaald. Lezers nemen onzekerheid van de recensent waar en beginnen dan te twijfelen aan de kwaliteit van het product, verklaart Du Plessis.

Het is effectiever om substantieel meer of helemaal niets voor recensies te betalen dan een kleine vergoeding,

concludeert Du Plessis. Bedrijven betalen consumenten steeds vaker om beoordelingen te schrijven. Vijf jaar geleden werd slechts twee procent van de recensenten op Amazon betaald, nu meer dan de helft.