**SCHRIFTELIJKE REACTIES**

TELEFOONDISCOUNTER

**1. Krijgen alle klanten van TelefoonDiscounter een uitnodiging om een review achter te laten, of zijn dit alleen klanten waarvan jullie weten óf waarvan aannemelijk is dat ze positief zijn? Aangezien het merendeel van de positieve reviews ‘op uitnodiging’ is geschreven en nagenoeg alle negatieve reviews op een organische manier op Trustpilot terechtkomen.**

Wanneer de order niet geannuleerd wordt, krijgt de klant een uitnodiging.

**2. We zien dat er ruim 150 reviews (allemaal met 1 ster of 2 sterren) door jullie zijn gerapporteerd bij Trustpilot. Twijfel(d)en jullie aan de echtheid van al deze reviews of worden reviews structureel gerapporteerd op het moment dat deze 1 of 2 sterren krijgen?**

Bij twijfel van echtheid word er inderdaad naar meer informatie van de klant gevraagd.

**3. Is het zo dat als een klant ‘op uitnodiging’ een review schrijft en deze blijkt negatief of niet louter positief te zijn, dat deze dan in sommige gevallen alsnog door jullie wordt gerapporteerd?**

Dit klopt niet en staat daar los van.

**4. In het eerste telefoongesprek is aangegeven dat jullie website een nieuw design heeft en dat sinds de lancering (in ieder geval anderhalve week) foutieve informatie over reviews online heeft gestaan, namelijk 4,4 uit 5 sterren op basis van (bijna) 27.000 reviews i.p.v. 4,2 op basis van ca. 2.400 reviews. Waarom is deze informatie – als jullie al langer op de hoogte zijn dat dit niet correct is – niet eerder aangepast, maar wel direct na ons telefoontje?**

Dit was inderdaad een designfout en stond nog op de laatst bugfix ronde. Na jullie telefoontje hebben we het inderdaad direct aan laten passen.

**5. Wat is de link tussen Trustpilot en de merken Heineken, KLM, ING, Jaarbeurs Utrecht en Van der Valk? Aangezien hun logo’s op jullie homepage terug te vinden zijn, maar daar niet bij staat welke connectie er is tussen jullie en deze bedrijven? En waarom staan deze logo’s direct naast de reviewscore: hebben deze bedrijven jullie ook als uitstekend beoordeeld?**

-

**6. Hebben jullie toestemming van deze bedrijven om hun logo’s op jullie website te gebruiken?**
-

**7. In de reportage komt een klant van jullie (Erika) voorbij die af is gegaan op de grote hoeveelheid positieve reviews die op Trustpilot staan. Na het ontvangen van een kapotte telefoon en de daaropvolgende communicatie is zij op andere (review)sites gaan kijken, waar vooral negatieve recensies staan waarin zij zich herkende. Begrijpen jullie dat zij zich afvraagt hoe het kan dat er zo’n groot verschil is tussen de hoeveelheid positieve reviews op Trustpilot en de hoeveelheid negatieve reviews op andere reviewsites en zich afvraagt of er invloed wordt uitgeoefend op de reviews die worden gepubliceerd op Trustpilot?**

Dit is maar een enkele klant waar inderdaad niet alles heel lekker liep. Uiteraard is dat nooit onze insteek geweest en gaan we altijd voor een positieve klant!

TRUSTPILOT

*Trustpilot laat ons weten dat zij geen commerciële relatie hebben met TelefoonDiscounter, maar dat het bedrijf inderdaad gebruik maakt van hun platform.*

**1. There are many positive reviews about TelefoonDiscounter posted on** [**Trustpilot**](https://nl.trustpilot.com/review/telefoondiscounter.nl)**, but the majority of these are posted ‘by invitation’. On the other hand, the majority of negative reviews end up on Trustpilot in an organic way. Is this common?**

On Trustpilot, any consumer can leave a review as long as it adheres to our [guidelines](https://legal.trustpilot.com/for-businesses/guidelines-for-businesses). We’re open and free to all.

As described [in this article](https://support.trustpilot.com/hc/en-us/articles/219386577?utm_campaign=asking&utm_content=asking_tooltip&utm_medium=referral&utm_source=CPP), reviews can originate organically (when a consumer leaves a review on their own initiative) or by invitation (when the business uses their own systems or Trustpilot's invitation services to ask customers for reviews).

When businesses claim their profile and actively invite their customers to write reviews, they engage people who otherwise may not have taken the time to provide feedback. Overall, businesses that actively collect feedback are often reviewed by a larger and more representative group of customers. For businesses that have a high level of customer service, this often results in more positive reviews, and a higher star rating and TrustScore. That’s also why we clearly show on every company profile page, if a company is asking for reviews or not.

With regards to TelefoonDiscounter, we are currently investigating the way in which its reviews have been collected, which is not through our own services. Should we find evidence of invitation bias or manipulation we will take further action.

**2. Do reviews written ‘by invitation’ have the same weight on Trustpilot as reviews that are posted in an organic way?**

Yes they do. Whether a review is ‘by invitation’ or organic has no impact on how it’s weighted in the TrustScore. They count exactly the same.

**3. In the case of TelefoonDiscounter, we also notice that a large part of the negative reviews – more than 150 in total – are reported by TelefoonDiscounter. Is it common for companies to report so many reviews?**

We allow everyone - including companies - to flag reviews they believe are in breach of our guidelines. For instance if a review contains defamatory language. These reviews are then assessed by our Content Integrity Team.

However, any misuse of our reporting function is a breach of our guidelines. We have a number of ways in which we [Take Action](https://legal.trustpilot.com/for-everyone/action-we-take) against companies who continually misbehave and we track overreporting via both automated and manual processes.

We found that Telefoon Discounter is reporting the majority of their 1 and 2-star reviews so in this specific instance, the company has been issued an initial educational warning about its reporting behaviour. We will continue to monitor this behaviour. Should further breaches occur, we will take further action.

**4. We also see that many of these reviews are eventually removed. Is it correct that these negative reviews can be removed permanently from the site if the reviewer does not respond on time or if he/she fully supports the content of their post?**

We allow everyone - including companies - to flag reviews they believe are in breach of our guidelines. The list of reporting reasons for businesses can be found [here.](https://support.trustpilot.com/hc/en-us/articles/207312357-The-five-options-for-reporting-reviews-from-your-business-account)

To avoid misuse of the flagging function and maintain a balanced platform, we investigate every flagged review, and only remove those that do violate our guidelines. In some instances, we ask reviewers to take further action and reviews may also be taken offline if:
1. The reviewer does not respond to our request to resolve the breach of Trustpilot’s guidelines 2.The reviewer does not resolve the breach of our guidelines.

However, we never delete reviews even if they are taken offline and if a reviewer fails to resolve the issue within the allocated time period, they can always contact us in the future to validate the review and we will reinstate it.

In addition to the questions you’ve asked and for your further information, we’ve noticed that the Trustbox displayed on their website is non-dynamic and also not allowed on the Free plan. We have therefore sent an educational email to the company about misuse of the widget.

Toevoeging (later ontvangen):

“The integrity of our platform is of the utmost importance to us and we have a series of measures in place to combat any attempts to game the system. We want consumers' experiences to be heard and as an industry first we provide insights to everyone about how a company is using our platform including how they might ask for and flag reviews.”

“Having already issued a warning to the business about the way they use our reporting tools, we are also in the process of running a fuller investigation into how they collect reviews. At this stage, we have no evidence to suggest that the reviews displayed are not genuine but should our investigation find the business to be manipulating reviews and consumer opinion we will take further action.”

TRENDX

*Onderstaande vragen zijn donderdag 22 oktober (15.59 uur) verstuurd naar Trendx, nadat we sinds woensdagochtend telefonisch, per mail en via WhatsApp geprobeerd hebben contact te krijgen. Ten tijde van de uitzending hebben we nog geen reactie ontvangen.*

**1. Hoe kan het dat er op jullie eigen website (bijna) alleen maar lovende reviews te vinden zijn, terwijl op externe reviewsites (waaronder Trustpilot, waar bijna 1.000 reviews over jullie geplaatst zijn) juist nagenoeg uitsluitend negatief zijn?**

**2. Hoe kan het dat er op jullie eigen site reviews dubbel verschijnen, maar dan onder een andere naam?**

**3. Er verschijnen soms ook opvallend veel reviews achter elkaar over een wel heel specifiek product (bijv. over een hondenjas), terwijl jullie volgens jullie site ruim 300.000 artikelen verkopen. Wat is hier jullie verklaring voor?

4. Hoe kan het dat reviews op jullie site van consumenten die zeer ontevreden zijn (dit wordt duidelijk uit de tekst of zelfs door een foto van een middelvinger), alsnog stuk voor stuk met vijf sterren worden beoordeeld? Zie ook voorbeelden in de bijlage.**

**5. De gigantische hoeveelheid positieve reviews op jullie site (ruim 12.000) en de flinke hoeveelheid reviews die dagelijks wordt geplaatst (tientallen) in combinatie met de constatering dat er op andere klachtensites en reviewplatforms juist nagenoeg alleen (en bovendien veel) negatieve verhalen te vinden zijn over Trendx, doet ons afvragen of de reviews op jullie website niet worden ‘ingekocht’ via een extern bedrijf óf door een intern iemand worden geschreven (en dus niet door daadwerkelijke klanten). Wat is jullie reactie hierop?**