

MANIPULATIE REVIEWS IS KINDERSPEL

Tekst Peter Kulche /
peterkulche@consumentenbond.nl



Bijna iedereen baseert zich bij aankopen op internet op reviews, maar hoe betrouwbaar zijn die beoordelingen eigenlijk?



Wij doken in de wereld van de nepreviews en trucs om positieve aanbevelingen te verzamelen.

Veel websites pronken met een hoog rapportcijfer, het gemiddelde van alle beoordelingen door ‘echte klanten’. Dat wekt vertrouwen. En tegelijk wekt het verbazing dat de scores bij zo veel dienstverleners zo hoog zijn. Wij vroegen ons af hoe betrouwbaar de beoordelingen worden verzameld en hoe makkelijk de score is te manipuleren. We zochten naar antwoorden met een kleine undercoveroperatie.

Nepsterren

Valse reviews over je eigen bedrijf (laten) publiceren is de kwalijkste vorm van manipulatie om aan een hoog rapportcijfer te komen. Voor zulke misleiding van de consument kan de Autoriteit Consument & Markt (ACM) een boete geven. We hebben geen aanwijzingen dat veel ondernemers zich hieraan bezondigen. Toch waren we benieuwd hoe eenvoudig dat is. We meldden ons aan als startende zzp-computerdokter (computersteunpunt.nl) aan bij Kiyoh en Trustpilot, twee belangrijke ‘reviewplatforms’, waar veel kleinere bedrijven gebruik van maken. Is het makkelijk daar een nepreview achter te laten?

We schreven zelf meerdere 5-sterrenreviews over ons niet-bestaande bedrijfje. Toen we vanaf onze werkcomputer alle recensies probeerden te publiceren, werden ze binnen 24 uur weggehaald door zowel Kiyoh als Trustpilot. ‘We hebben geconstateerd dat er vanaf één computer meerdere reviews over hetzelfde bedrijf zijn geplaatst.’ Heel goed: domme fraudeurs worden tegengehouden.

Hierna deden we nieuwe pogingen, nu met speciale software waarmee we telkens van IP-adres wisselden. Hiermee lukte het alsnog via Kiyoh een aantal nepreviews ‘live’ te krijgen. Dat leverde een mooi 5-sterrenlabel van Kiyoh op (zie afbeelding rechts) dat wij op onze site hadden kunnen plakken. Bij Trustpilot werd de tweede serie reviews ook geweigerd ‘na controle door het compliance team’. Mogelijk waren ze daar extra alert na onze eerste poging.

Bij Kiyoh hadden we overigens twee keer exact dezelfde review onder elkaar gezet, met twee verschillende namen erbij. Maar

Kiyoh liet die gewoon staan. Blijkbaar is hier geen controle op.

Trustpilot lijkt een veel betere controle te hebben dan Kiyoh. We werden zelfs gebeld door Kiyoh met de vraag of we ons gratis kennismakingsabonnement wilden omzetten in een betaald, inclusief vermelding van onze sterrenwaardering in Google.

Zelf teksten bedenken

We gingen nog een stap verder en huurden een bedrijfje in om nepreviews voor ons te schrijven. Likeskopen24.eu verkoopt likes en volgers op diverse platforms, maar ook positieve reviews in Google, TripAdvisor en op Facebook. We kozen voor het starterspakket van drie aanbevelingen op de Facebookpagina van ons bedrijfje Computersteunpunt à €15. Binnen een dag na betaling stonden drie lyrische recensies op Facebook (zie afbeelding op pagina 12). De medewerker van het bedrijf wilde van tevoren alleen even weten wat ons bedrijf ongeveer doet. Daarna kon hij zelf wel de teksten bedenken, mailde hij. De recensies waren geplaatst door drie accounts, waarvan een account met geen vrienden en twee accounts met elk rond de duizend vrienden. Deze twee, Karin de Bruin en Anitta van Lanschot, zijn nog maar een paar maanden actief op Facebook en lijken nep te zijn.

Likeskopen24.eu verkoopt ook nepreviews voor producten op Bol.com (€7,95 per review). Een wervende tekst met vijf

Reactie Kiyoh

‘We nemen de betrouwbaarheid van de reviews op ons platform erg serieus. Een systeem zoals we faciliteren is echter nooit helemaal waterdicht te krijgen. Wel voeren we automatische controles uit op e-mailadressen en IP-adressen. Het grootste deel van de nepreviews onderscheppen we op die manier. Daarnaast voeren we steekproeven uit om op fraude te controleren.’

Op Kiyoh kregen we 5 sterren op basis van 7 nepreviews. Onder: De 4 sterren die we met Trustpilot verzamelden waren enkele dagen zichtbaar in Google.



Focus Consumentenreviews

72% checkt reviews

Bijna driekwart van de consumenten laat gebruikersreviews meewegen in het oriëntatie- en keuze-proces, vooral bij elektronica (46%), gevolgd door overnachtingen (44%) restaurants (30%) en pakketreizen (21%). De cijfers komen uit een enquête van onderzoeksbureau Motivaction uit 2017 onder duizenden consumenten. En reviews zijn nog belangrijker geworden sinds Google bij de zoekresultaten sterrenwaarderingen weergeeft die met verschillende reviewstystemen binnen en buiten Google (ook Kiyoh en Trustpilot) zijn verzameld.

sterren werd vlot doorgeplaatst.

Facebook controleert de recensies op zijn platform niet. Er is voor gebruikers wel de mogelijkheid feedback te geven op een aanbeveling. Je kunt een review als een 'oneerlijke aanbeveling' rapporteren (via de drie puntjes boven de recensie). Toen we dit probeerden, kregen we een raadselachtige foutmelding. Ook op Bol.com kostte het moeite de review te rapporteren als een nepperd. Bol.com gaat er pas naar kijken als hij drie keer wordt gerapporteerd.

Beoordeling 'opkrikken'

We hebben niet indruk dat veel ondernemers zich aan nepreviews bezondigen, of dat grootschalig doen. En dat hoeft ook helemaal niet als je een klantenbestand hebt van enige omvang. Wie in de huid kruipt van de ondernemer ziet een hoop creatieve mogelijkheden om de gemiddelde klantwaardering op te krikken:

1 Snel review vragen. Kiyoh en Trustpilot adviseren webwinkels om kopers zo snel mogelijk uit te nodigen een review te schrijven. Nadeel voor de consument: je kunt hooguit iets zeggen over de bezorging en een eerste indruk van het product of de dienst. Vaak weet je pas veel later hoe een

bedrijf omgaat met garantie. Het 'geef-ons-feedback'-mailtje komt hiervoor veel te vroeg. Zo verzamelt een webwinkel al snel duizenden 4- of 5-sterrenwaarderingen (op een schaal van 5 sterren), die maar het eerste stukje van het 'klantraject' bestrijken.

2 Alleen trouwe klanten uitnodigen.

Bedrijven kunnen ook 'handmatig' gegevens van klanten uploaden naar de reviewsystemen. Er is dus geen beperking voor ondernemers om alleen tevreden klanten uit te nodigen een review te plaatsen. Klanten die herhaald producten bij je bestellen, zijn bijvoorbeeld (meestal) tevreden klanten. Neem ze op in een lijst en nodig ze uit, voor een beter rapportcijfer.

3 Slechte reviews wegpoetsen.

De meeste reviewplatforms (uitgezonderd Trustpilot) houden de publicatie van de negatieve recensies automatisch enkele weken tegen. Ze zijn niet direct zichtbaar en tellen ook niet mee voor de totaalscore. Zo kunnen rancuneuze klanten en grappenmakers niet direct schade berokkenen. Maar het geeft de ondernemer ook de tijd om te proberen het probleem op te lossen en daarna de klant te vragen de negatieve review aan te passen. Dat maakt het reviewsysteem minder objectief.

Productreviews eerlijker

Veel webwinkels vragen klanten reviews te schrijven over de producten die ze verkopen. Ook bij *productreviews* ligt manipulatie op de loer, maar de invloed ervan is veel geringer vanwege de gigantische hoeveelheid reviews (Bol.com: 85.000 per maand). Webwinkels hebben er zelf ook veel minder belang bij.

Eerlijke productreviews helpen klanten een weloverwogen keuze te maken en dat is winst voor de klant én de webwinkel. Productreviews zijn vaak informatief, omdat bij het schrijven van de review de plus- en minpunten systematisch worden uitgevraagd.

De Consumentenbond krijgt weinig signalen dat fabrikanten zich bemoeien met geplaatste productreviews, maar het komt wel voor. Een MediaMarkt-klant wilde vorig jaar een kritische recensie op de site van MediaMarkt publiceren, over een com-



De neprecensies die we kochten via Likeskopen24.eu.

puteraccessoire van Devolo, maar de webwinkel hield de publicatie tegen, na overleg met de fabrikant, terwijl deze man in onze ogen best een punt had. De discussie had beter onderaan de review kunnen worden geplaatst. Dat was een stuk transparanter geweest. De Autoriteit Consument en Markt (ACM) pleit overigens al enige tijd voor meer transparantie bij consumentenreviews (zie kader).

Gesponsorde sterren

Sommige fabrikanten zetten wel een ander middel in om hogere beoordelingen te krijgen: ze geven producten gratis weg, of met een flinke korting, in ruil voor een review. Een kleine steekproef bij gesponsorde producten van Philips toont een waardering die 0,7 sterren hoger ligt dan bij niet-gesponsorde reviews over hetzelfde product.

Er zijn meer merken die dit doen. Procter & Gamble liet vorig jaar Oral-B elektrische tandenborstels 'testen' door reviewers. Die reviews staan ook op de site van de Consumentenbond, gemarkeerd als 'gesponsorde review'. Op Consumentenbond.nl moet de consument zelf bij het schrijven van de review aangeven of het product via sponsoring is ontvangen.

Conclusie

Neem de hoge klantwaarderingen waar bedrijven mee schermen met een korreltje zout. Er zijn veel mogelijkheden om positieve bedrijfsreviews te verzamelen en zo het gemiddelde rapportcijfer op te krikken. Bij reviews van producten ligt manipulatie minder op de loer. Besef wel dat fabrikanten productreviews soms sponsoren met een gratis product of een flinke korting.

Reactie ACM
De Autoriteit Consument & Markt moet bewaken dat bedrijven consumenten niet misleiden. In 2017 constateerde de ACM misleiding en gebrek aan transparantie bij online-reviews (de meest lovende bovenaan bijvoorbeeld). De ACM heeft regels opgesteld. Zo moet duidelijk vermeld worden wanneer een review gesponsord is. De toezichthouder blijft in de gaten houden of bedrijven zich hieraan houden.

Review de reviews

1 Check het **profiel** van de schrijver. Heeft die vaker geschreven? Alleen maar positief? Verdacht!

2 Sommige fabrikanten **sponsoren** reviews (in ruil voor een cadeau). Dit hoort er dan bij te staan.

3 Maar een **handvol** reviews? Dan zegt de score weinig.

4 Let op **feitelijkheden** ('ging stuk'), oordelen zijn subjectief ('niet mooi'). Onderzoek toont aan dat nepreviews ook **minder specifiek** zijn.

5 Veel **positieve reviews**? Zoek ook of er klachten over het bedrijf of product zijn.

6 De best beoordeelde producten staan niet standaard bovenaan in de productenlijst. **Sorteer** de lijst hierop als je de best beoordeelde zoekt.

7 **Scroll naar beneden** om meer reviews te lezen. Negatieve reviews staan soms (veel) lager op de pagina.

BRON: CONSUMWIJZER.NL

HOE HERKEN JE DIGITALE ZAKKENROLLERS?

Met de beste tips en adviezen van de DigitaalGids ben je zelf expert en digitaal veiliger. Kijk meteen op consumentenbond.nl/digitaalGids en kies de aanbieding die bij je past.

consumentenbond onafhankelijk & advertentievrij

DigitaalGids

NUMMER 2 • MAART-APRIL 2019 • €6,25

DOSSIER: NIEUWE COMPUTER
→ pagina 26

5 stars
A. Noniëm 3 min geleden
Dit is echt een steengoed blad. Wat zeg ik, de DigitaalGids is het beste blad ooit!!!!

5 stars
Redactie DigitaalGids 2 min geleden
Hoe eenvoudig is het om nepreviews te plaatsen? Wij zochten het uit.

BEDRIEGEN MET REVIEWS

Keuzehulp
De beste laptops voor €400, €600 en €800

Feit of fabel
Wat is waar over virusscanners?

Windows 10
Zo los je vervelende foutmeldingen op

HAAL 'M
IN HUIS



consumentenbond