

**Lögner, förfalskningar
och fusk: Så skyddar
vi företag från
bedragare.**



Kapitel 1:

Grejen med onlineshopping

Om man backar tiden till ett inte alltför avlägset förflutet skulle dagens möjligheter med att handla på nätet mest ha liknat en önskedröm.

Tusentals butiker, miljontals produkter, en global marknadsplats och rent utav magiska leveranstider.

Men precis som i drömmen finns det monster som lurar bakom hörnen.

Ett problem som onlinekonsumenter måste tampas med är frågan om *förtroende* vid köp (vi kommer att fördjupa oss i detta här). Kontentan är att oavsett vad du köper finns det ett så stort utbud av valmöjligheter att konsumenterna sällan känner sig helt säkra på saken. De är helt enkelt överväldigade av alla valmöjligheter som finns där ute.

Men det är inte det enda problemet som lurar på nätet – det finns något mycket mer otrevligt som får kunderna att ångra sig och helst vilja glömma sina köp. Och det är falsk information.

På nätet kan du hitta massor av *falska och manipulerade omdömen* som är där för att lura schyssta människor på deras pengar och tid. Detta skadar verkligen förtroendet på nätet.

Falska omdömen är så utbredda och lömska att konsumenterna inte bara kämpar med för många valmöjligheter – *de måste hela tiden bedöma ifall informationen de får är pålitlig eller inte.*

De här bedrägerierna håller på att urholka kundernas förtroende för företag och förstöra den enkla glädjen med att handla på nätet.

Vi avskyr verkligen det här.

Det är inte bara ett mindre besvär för kunder och företag. Det är en mormor som blev lurad av det där erbjudandet som var lite för bra för att vara sant. Det är alla födelsedagspresenter som aldrig dök upp. Det är en massa småföretagsdrömmar som slagits i spillror av en kampanj med vilseledande information.



Det förstör för alla och vi tänker göra allt för att bekämpa det.

Under 2021 identifierade vi och tog bort 2,7 miljoner falska omdömen av våra totalt 47 miljoner omdömen. Det är *mycket* skräp att rensa bort.

I denna eBook går vi igenom vilka typer av bedrägerier som finns därute och vilken effekt de har på individer och på e-handeln i stort. Och viktigast av allt går vi igenom vad vi gör för att bekämpa dessa bedragare.

Kapitel 2:

Omdömesbedrägerier i alla former



Det är viktigt att vara tydlig med vad vi menar när vi talar om omdömesbedrägeri, eftersom det verkligen finns gråzoner när det gäller omdömen. Ett omdöme och en upplevelse av ett företag eller en produkt är trots allt till stor del en subjektiv uppfattning om vad som händer.

Så hur kan vi identifiera bedrägerier om omdömen är subjektiva? Vi anser att ett omdöme är falskt om det **inte baseras på en verklig upplevelse av ett företag eller en produkt**. Det handlar inte om att vara avsiktligt kritisk eller berömma överdrivet mycket, utan om att skriva om en helt påhittad upplevelse.

Personangrepp – det enstjärniga falska omdömet

En vanlig strategi för att försöka smutskasta ett företag är det falska enstjärniga omdömet. Här är syftet att framställa ett företag eller en produkt som dålig eller värdelös, och något som ingen bör slösa tid på.

Ett falskt, dåligt omdöme är i princip det enklaste sättet att sabotera för ett företag och försöka få försäljningen att sjunka. Motivationen bakom detta är vanligtvis en av två orsaker.



Ett: sabotage av en konkurrent. Det sker när ett företag försöker sprida felaktig information om en konkurrent, med påståenden om dåliga erfarenheter och undermåliga produkter, i ett försök att gynna sin egen verksamhet. Det är motsvarigheten till att kasta sand i ögonen på personen du tävlar mot.

Två: det hämndlystna omdömet. Ärligt talat finns det inte tillräckligt med plats här för att gå igenom alla olika anledningar till att det här händer – det finns de som får för sig allt möjligt konstigt. Det kan röra sig om allt från personliga vendettor till arga före detta anställda, men metoden är samma som för företagssabotaget, fast utan någon personlig fördel. Det är oftast bara för att få hämnas lite.

Kapitel 2:

Omdömesbedrägerier i alla former

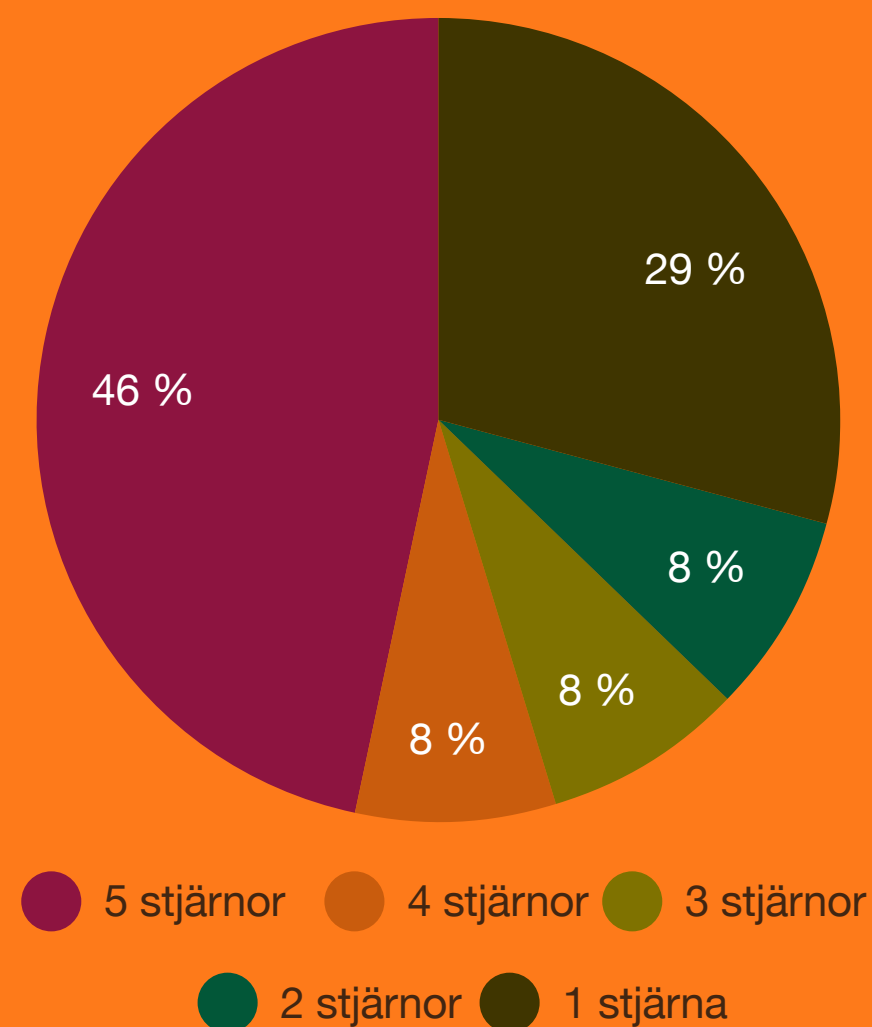
Propaganda – det femstjärniga falska omdömet

I den andra änden av skalan finns de som vill lyfta sin egen verksamhet genom att skriva falska omdömen där de framställer sig själva som felfria och branschledande. Det är marknadsföring via lysande (och grundlösa) femstjärniga betyg.

Även här finns det två vanliga tillvägagångssätt. Den första (och inte särskilt subtila) är när en företagsägare eller medarbetare lägger upp femstjärniga omdömen för påhittade upplevelser via ett alias. Ibland handlar det bara om att skapa en ny e-postadress och välja ett nytt namn att publicera inlägg under. Det är inte direkt fråga om någon avancerad strategi som går obemärkt förbi.

En annan metod som är lite svårare att upptäcka är att skapa falska femstjärniga omdömen med hjälp av andra. Det kan ske med hjälp av vänner och familj, eller så kan företaget ha betalat en ljusskygg verksamhet, ett nätverk med botkonton eller en enskild person att göra det. Hur som helst är målet detsamma: att få företaget och erbjudandena att framstå som mycket bättre än vad de i själva verket är.

Borttagna falska omdömen –
uppdelat efter stjärnbetyg



Den här grafiken är hämtad från vår [Transparensrapport](#).



Kapitel 2:

Omdömesbedrägerier i alla former



Sabotage – fula knep på en helt ny nivå

Sedan finns det en annan typ av falskt omdöme som tack och lov inte är så vanligt. Här är det frågan om regelrätt *sabotage* – man försöker medvetet skapa så mycket problem som möjligt för ett företag via en omdömesplattform, snarare än att försöka påverka folks uppfattning med omdömesbetyget.

Stötande, ibland olagligt innehåll kan dyka upp i enklare omdömessystem med syftet att orsaka skada. En kund som läser omdömena och möts av stötande eller olagligt material och kommentarer kommer mest troligt inte att strunta i det och gå vidare med sitt köp. Även om materialet inte alltid är kopplat till företaget i sig.

Omdömessystem kan också manipuleras via överbelastning. Överbelastning är när ett företag översvämmas av ett stort antal omdömen (både bra och dåliga) som måste hanteras. Supportteamerna får alldeles för mycket att göra och det kan bli svårt för potentiella kunder att hitta de riktiga omdömena bland alla falska.

Slutligen har vi de riktigt otrevliga fallen: anklagelser om fördomar, diskriminering och t.o.m. brottslighet kan leda till att sociala medier används för att få omkull ett företag, eller i värsta fall att polisen tvingas utreda saken.

(Självklart tar Trustpilot sådana anklagelser på största allvar.) Om anklagelserna är påhittade kan det leda till ödesdigra konsekvenser för ett företag.

Dessbättre har plattformar som Trustpilot skyddsåtgärder, övervakning och specialutbildade team för att bekämpa majoriteten av bedrägliga omdömen från alla de här kategorierna. Det finns en anledning till att vi satsar så mycket på att bekämpa bedrägerier: det har en allvarlig, övergripande påverkan både för kunder och företag.



Kapitel 3:

Den verkliga kostnaden för falska omdömen

Falsa och bedrägliga omdömen är inte bara ett litet bekymmer för konsumenter och företag. På många sätt kan man säga att de är en av de mest skadliga aspekterna av e-handelsupplevelsen, som undergräver allt som den borde stå för.

För det första har vi tagit upp konsumenternas köpväg och de problem som uppstår när man besöker äkta, ärliga webbplatser för att fatta ett beslut. Det kan vara svårt nog, även innan oseriösa aktörer dyker upp. Men när de gör det är risken dubbelt så stor att konsumenterna faktiskt blir lurade och råkar välja produkter av dålig kvalitet.

Och i och med det försvinner förtroendet i tomma intet. Autentiska omdömen ifrågasätts och konsumenter väljer bort e-handelsföretag efter att ha blivit lurade. En nyligen genomförd undersökning uppskattar att kostnaden för falska omdömen kan överstiga 152 miljarder dollar.

Det här innebär direkta kostnader för onlineföretag – det är pengar som kommer ur deras ficka. Det är inte nog med att kunderna lämnas i sticket, utan även företag på marknader med stenhård konkurrens kan drabbas av falska omdömen.

Företag drabbas också av mindre omedelbara, ekonomiska konsekvenser. En av de största fördelarna med ett väloljat och pålitligt



omdömessystem är att det bildar en konstant feedbackcykel till verksamheten. Genom att analysera omdömen kan man identifiera problem, flaskhalsar och bästa praxis. Så vad händer om det här översvämmas med opålitlig och rent ut sagt vilseledande information? All feedback går upp i rök.

Falsa omdömen är inte bara ett irritationsmoment som leder konsumenterna till några dåliga produkter. Det kan förstöra viktiga inköp och ruinera företag. Insatserna är högre än vad många är medvetna om.



Kapitel 4:

Trustpilot - förtroendets försvarare

Problemet med falska omdömen är att de ofta kan vara svåra att upptäcka – och det blir bara svårare. Man brukar säga att tiden är det enda som hindrar illasinnade aktörer. Dessutom dyker det hela tiden upp nya och mer sofistikerade sätt att manipulera omdömssystem.

Men vi är redo.

Vi har ökat säkerheten på flera olika sätt för att bekämpa falska omdömen och vi arbetar hela tiden med att uppdatera säkerheten ytterligare.

Steg 1 – Automatiserad granskning av omdömen

För det första granskar vår automatiska programvara varje omdöme efter tecken på misstänkt beteende. Programvaran fokuserar på ovanliga mönster i många olika datapunkter, från IP-adresser och användaridentifikatorer till enheter, platsdata och tidsstämplingar för att skapa en bevisuppsättning för varje omdöme. Varje dag granskas ungefär 128 000 omdömen.

När programvaran upptäcker ett falskt omdöme agerar vi direkt och tar ner omdömet innan vi skickar ett meddelande till den som skrivit omdömet (om det inte rör sig om uppenbar egenreklam eller marknadsföring).

Och vår grymma teknik blir bara smartare och smartare för varje uppdatering. Falska positiva omdömen sjönk till endast 11,8 % 2021, och förbättras med flera procent år efter år. Så lycka till.

Vi har också sett till att bekämpa problem med falsk information som publiceras med en ny uppdatering



under 2022, som gör att det går två timmar innan ett omdöme publiceras.

Det ger oss möjlighet att köra vår automatiserade granskning inom den tidsramen och ta bort vilseledande innehåll innan det får chansen att vilseleda.

Men det kan vara riskabelt att enbart förlita sig på teknik: som vi nämnde tidigare blir metoderna för att manipulera omdömssystem allt mer sofistikerade.



Verifierade omdömen via inbjudningar

Anna
5 omdömen SE

☆☆☆☆ Med inbjudan 4 timmar sedan

Kunde inte blivit bättre!
Bra kvalitet till ett rimligt pris.

Med inbjudan/Verifierat
Ett företag har bett användaren att lämna ett omdöme.

TP
1 omdöme SE

☆☆☆☆ Verifierat 18 timmar sedan

Fantastisk kundservice
Fick fel vara, mejlade dem och fick korrekt vara dagen efter!

Organiska och omdirigerade omdömen

Johan
2 omdömen SE

☆☆☆☆ 2 timmar sedan

Fantastisk service
Det var en riktigt bra upplevelse och servicen var fantastisk!

Organiskt
Ett omdöme som lämnas på initiativ av användaren.

Johan
13 omdömen SE

☆☆☆☆ Omdirigerat En dag sedan

Försenat men det löste sig till sist
Min beställning blev försenad. Efter 2 veckor levererades den till sist men det krävdes flera mejl fram och tillbaka för att lösa problemet.

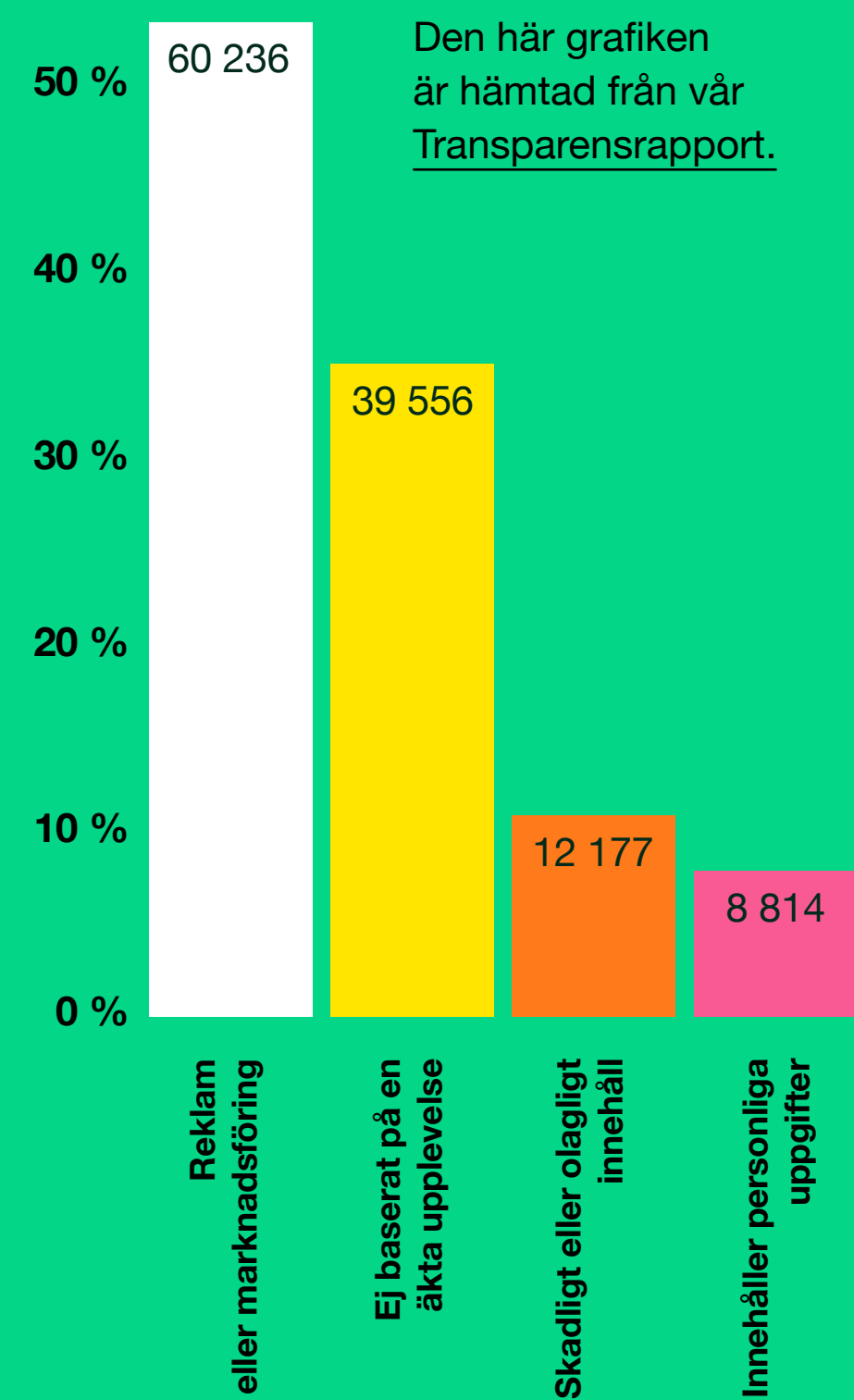
Omdirigerat
Användaren har klickat sig igenom ett företags webbplats för att lämna ett omdöme.

Kapitel 4:

Trustpilot - förtroendets försvarare



Omdömen rapporterade av konsumenter sorterade efter anledningar



Steg 2 – Expertis

Okej, det är lite som med Coca-Colas recept eller KFC:s 11 örter och kryddor: vi kan inte ge dig den hemliga ingrediensen i våra beteende- och mönsterbaserade system. Men det gör att vi kan fokusera på specifika typer av missbruk, som tvivelaktiga profiler och företag som köper omdömen.

Det skickas sedan vidare till våra Fraud & Investigations- och Content Integrity-team, det vill säga exakt de personer du inte vill ha att göra med om du försöker lura Trustpilots omdömessystem.

Dessa team och verktyg är också anpassade till "mediestormar" (minns du att vi nämnde överbelastningar av företag tidigare?), där företag bombarderas av falska omdömen som svar på uppmärksamhet i media, eller en uppmaning till handling från en annan plattform.

Steg 3 – Konsumenter rapporterar omdömen

För att verkligen kunna bekämpa falska omdömen måste hela Trustpilots community vara med på tåget. Därför är det här den sista ingrediensen i vår strategi. Och vår community kan sin sak: de 110 663 omdömen som rapporterades under 2021 av konsumenter hade en träffsäkerhet på 16 %, en ökning med 4 % jämfört med 2020.

Vi blir allt tydligare i våra processer, och konsumenterna blir allt mer medvetna om falsk information som ett resultat av detta.

Vi har också processer som hjälper företag att skicka automatiska omdömesinbjudningar till sina kunder, vilket ökar säkerheten ytterligare då företag som resultat får verifierade omdömen.

34,5 mn ^{+21 % årligen}

omdömen skrevs via inbjudan under 2021

19,8 mn ^{+29 % årligen}

av 34,5 miljoner omdömen markerades som "verifierade"

14,7 mn ^{+12 % årligen}

av 34,5 miljoner omdömen markerades som "inbjudna"

Kapitel 5:

Så blir du en del av lösningen



Tyvärr kommer falska omdömen inte att försvinna i första taget. Så länge det finns kanaler och taktiker som bedragare kan använda sig av och motivation att lura och ljuga för konsumenter, så kommer falska omdömen att fortsätta finnas.

Men vi kommer aldrig att släppa tron på att det kan bli bättre. För varje ny taktik som bedragarna uppfinner ligger vi redan steget före och identifierar proaktivt nya tekniker och arbetssätt för att stoppa dem och de falska omdömena i ett tidigt skede.

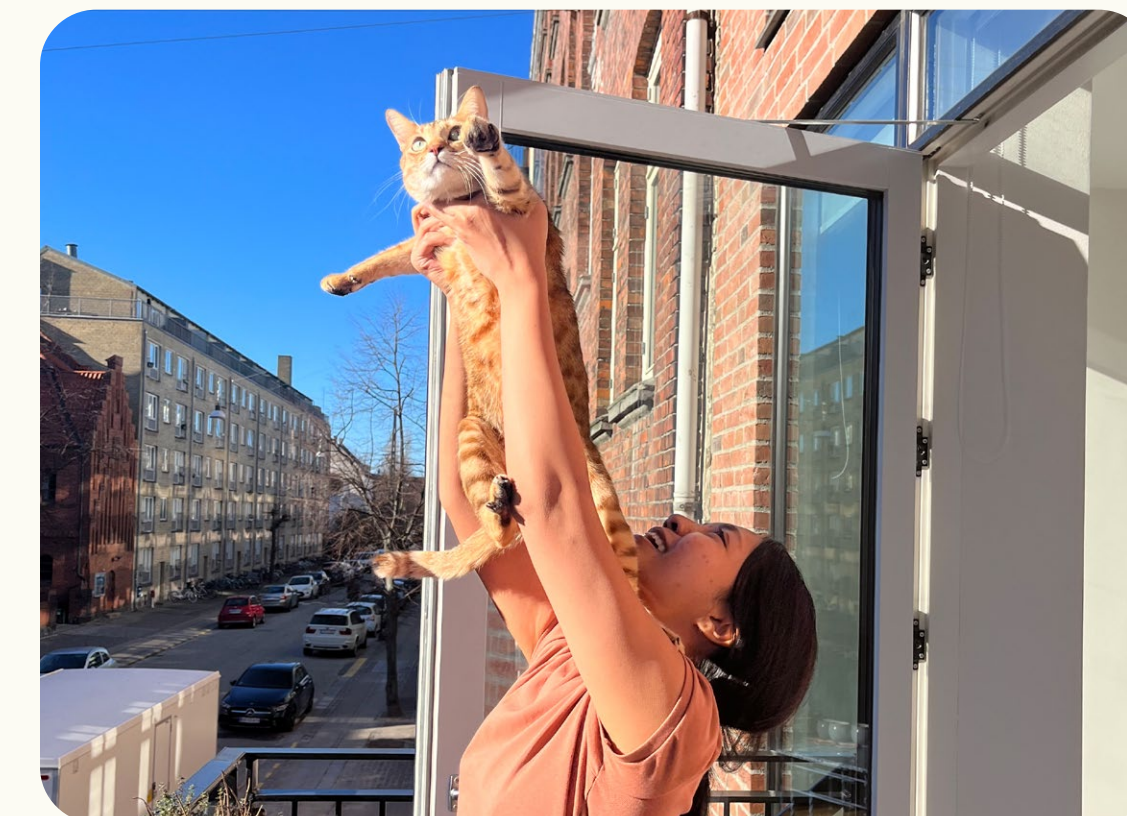
Den viktigaste aspekten av det här är att använda en omdömesplattform som har rätt skyddsåtgärder på plats.

För det andra innebär automatiserade system där befintliga kunder bjuds in till att skriva omdömen att företagen vet att de får feedback från äkta kunder – och det gör även alla som läser deras omdömen.

För det tredje strävar vi efter att främja pålitliga omdömen genom att säkerställa att källorna är verifierade och ärliga. I vår transparensrapport såg vi att 85 % av befolkningen i Storbritannien och USA gärna skulle bekräfta sin identitet online för att hjälpa till i kampen mot felaktig information.

Så i början av 2022 gav vi den möjligheten till både konsumenter och företag. Vi använder samma ID-teknik som används av flera banker och vårdgivare, och på bara några månader har det resulterat i 49 000 verifierade omdömeslämnare. De konsumenter och företag som har gjort det markeras sedan som verifierade, vilket signalerar ytterligare förtroende.

Men en stor del av kampen mot falska omdömen handlar om mer personliga och inneboende åtgärder än att bara använda rätt kanaler. Till att börja med måste ärlighet prioriteras av företagen. Konsumenter måste kunna lita på de omdömen de ser och fatta välgrundade beslut, men det finns även konkreta fördelar med uppriktighet för företagen. Direkt feedback som pekar på konkreta problem att lösa i kombination med omdömesanalys kan leda till förändringar som lyfter ett företag mot skyhöga nivåer, medan de som fyller på med falska 5-stjärniga betyg bara kan hoppas på det bästa.



När det gäller att välja vem man ska lita på brukar konsumenterna trots allt sikta in sig på företag som har ett betyg runt 4,2 eller 4,3 av 5. En miljon lysande 5-stjärniga omdömen får varningsklockorna att ringa hos allt mer medvetna kunder som vet att de riskerar att bli lurade.

Att motverka falska omdömen bör i första hand ledas av plattformar som oss, men i nära samarbete med företag, konsumenter och andra aktörer inom branschen.

Förfalskning av omdömen är skadligt för alla i det långa loppet, och vi är trötta på det. Och det borde du också vara. Så nu tar vi striden med bedragarna till de står där med byxorna nere och alla deras tjuvknep är avslöjade. Där har vi en bra målbild.

**Samlar du inte in omdömen på Trustpilot än?
Det tar bara några minuter att skapa ett gratiskonto.
Besök se.business.trustpilot.com**



Trustpilot grundades 2007 med målet att symbolisera förtroende världen över. Vi är en digital plattform som för samman företag och konsumenter för att fostra en förtroendekultur och inspirera till samarbete. Transparens är centralt för vår plattform, som är gratis samt öppen för alla.

På Trustpilot kan konsumenter lämna omdömen i trygghet och företag kan få insikter för att förbättra kundupplevelsen. I takt med att allt fler människor använder Trustpilot för att dela med sig av sina upplevelser och åsikter, kan vi erbjuda företag fler insikter. Med hjälp av innehållet på vår plattform får företagen möjlighet att vinna konsumenternas förtroende och förbättra sina verksamheter.

se.trustpilot.com