

Hvad siger AI om dig?

Sådan opbygger anmeldelser tillid,
så dit brand bliver anbefalet af
ChatGPT, Gemini m.fl.

Du kan få adgang til den fulde rapport her med
en mere dybdegående analyse end dette referat.

Om undersøgelsen

Undersøgelsens mål

Forstå, hvordan AI-systemer bruger tredjepartsanmeldelser, og om Trustpilot har indflydelse på synligheden i AI-søgninger.

Undersøgelsens omfang

★ Prompter blev sendt til fire store AI-platformer:



★ **804.491** AI-svar blev analyseret

★ **1.926** brands blev sporet i otte brancher

★ Alle brands var hjemmehørende i **USA**

★ Testningen blev udført i **marts 2026**

Vigtig indsigt

AI bruger anmeldelsesindhold til at sammensætte svar

Nr.2

Anmeldelsessider indtager andenpladsen for mest citerede kategori i undersøgelsen.

+16x

Andelen af AI-citeringer, der fører til anmeldelsessider, øges 16 gange fra kendskabsstadiet til beslutningsstadiet – jo tættere en forbruger er på at købe, jo mere fokuserer AI på anmeldelsesdata.

En Trustpilot-profil får dig til at skille dig ud

1%

Citeringsrate på 1 % for brands uden Trustpilot-profil.

54%

Citeringsrate på 54 % efter tilegnelse af en profil – muligt allerede fra 13 anmeldelser.

75%

Citeringsrate på 75 % for virksomheder, der optimerer deres Trustpilot profil og indsamler gennemsnitligt 81 anmeldelser.

Trustpilot giver en konkurrencefordel

+9,5x

Mere konkurrencedygtige co-omtaler for brands med optimeret Trustpilot-profil og et højt antal anmeldelser sammenlignet med brands uden profil.

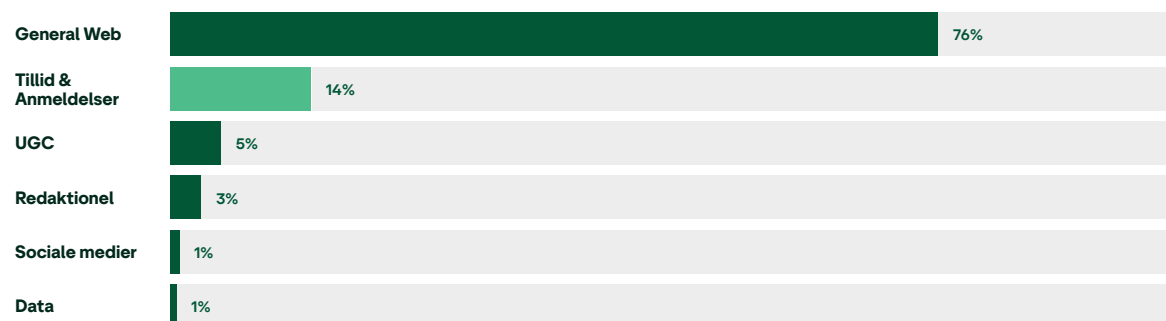
+43x

+43x Største relative løft i datasættet – rejse- og feriebrands, der skifter fra ikke at have en profil til at have en tilegnet profil.

Skiftet til AI-søgning og betydningen af anmeldelser

AI-søgning forandrer forbrugeradfærden nu

I mere end to årtier handlede brandsynlighed om en god rangering i Googles søgeresultater. Med AI-søgningens fremkomst konkurrerer brands imidlertid nu om at figurere i et enkelt genereret svar. Platforme med generativ AI tiltrækker 7 mia. webbesøg om måneden (en stigning på 76 % ift. sidste år), og downloads af AI-mobilapps er vokset med 319 % til 1,9 mia. Det traditionelle marketingspørgsmål 'Kan folk finde os online?' er officielt erstattet af: 'Hvad siger AI, når der spørges om os?'



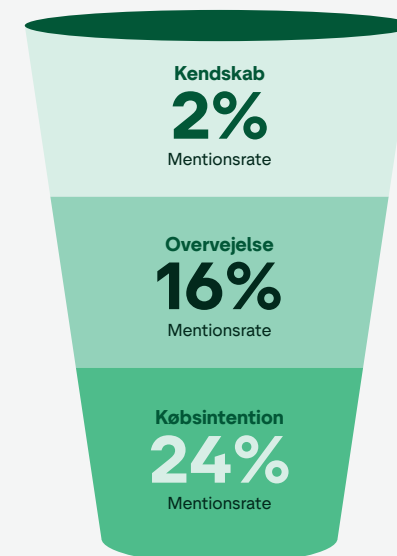
Anmeldelser er en vigtig del af AI-synligheden

Når AI-maskiner evaluerer et brand, sker det ikke udelukkende på baggrund af brandejede websites. Systemerne kræver uafhængig validering for at bekræfte virksomhedernes påstande. Tillids- og anmeldelsessider indtager **andenpladsen for mest citerede kategori** af AI-motorer og klarer sig bedre end brugergenereret indhold (UGC), sociale medier og redaktionelt indhold.

Anmeldelser er altafgørende længere nede i marketingtragten

Jo tættere en forbruger er på at købe, jo mere fokuserer AI på anmeldelsesdata. Anmeldelsesciteringer øges hele **16 gange** fra det tidlige kendskabsstadium til det endelige hensigtsstadium.

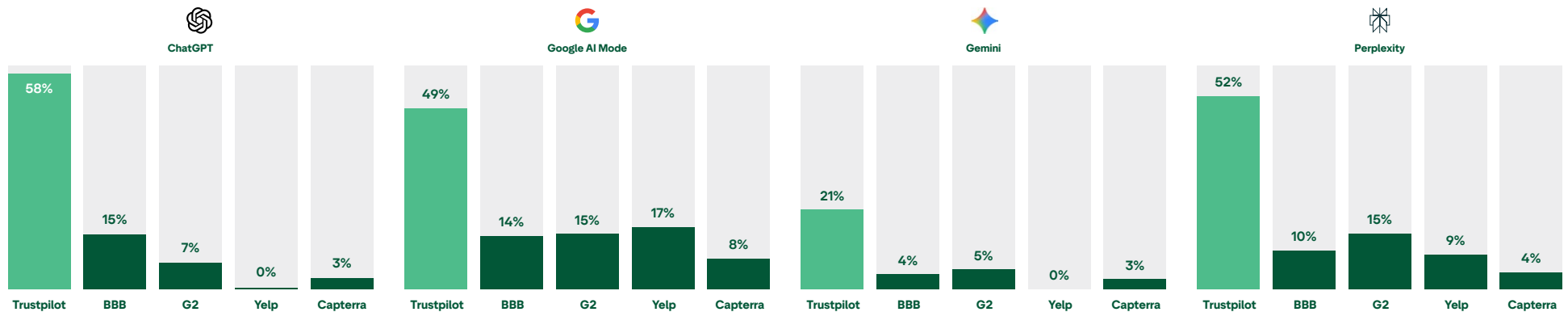
Review citations climb at evaluation and intent stages



Trustpilots rolle og den lave succesfærdighed

Trustpilot er markedets førende anmeldelsesplatform

I Seer Interactives undersøgelse blev **804.491 AI-svar** analyseret på tværs af fire store AI-platforme. I hver eneste testede system var Trustpilot den hyppigst citerede platform med en betydelig margin.



Bemærk: 99,5 % af disse citeringer blev drevet af styrken i Trustpilots organiske indhold og websitets AI-venlige struktur, og ikke fordi AI søgte efter navnet Trustpilot.

Sådan øges AI-synligheden 50 gange med Trustpilot

Virksomheder behøver ikke at have en omfattende anmeldelsehistorik for øjeblikkeligt at ændre, hvordan AI opfatter dem. Brands uden profil har en **AI-citeringsrate på 1 %**. Sædvanlig tilegnelse af en profil og indsamling af **blot 13 anmeldelser** gennemsnitligt udløser et øjeblikkeligt spring til en **AI-citeringsrate på 54 %**. Desuden **stiger citeringsraten til 75 %**, hvis man øger antallet af anmeldelser til ca. 80.

Kohorte	Definition	AI-citeringsrate
Ingen profil	Ingen tilegnet Trustpilot-profil	1%
Minimal profil	Tilegnet profil, ca. 13 anmeldelser	54%
Aktiv profil	Tilegnet profil, ca. 81 anmeldelser	75%

Vigtig indsigt

Den viste effekt her er ikke en gradvis forbedring. Det er en stor forandring, som indtræffer ved den laveste grænse for Trustpilot-aktivitet. **Tilegnelse af en profil og indsamling af et lille antal anmeldelser er den enkeltstående handling, som har den største effekt, der er observeret i undersøgelsen.**

Sådan bruger AI anmeldelser og guiden til co-omtale

AI bruger dine anmeldelser til at generere svar

59% af svarene fra ChatGPT henviser direkte til overskriften TrustScore eller stjernebedømmelse som en genvej til troværdighed. AI-modeller tæller dog ikke kun stjerner, men læser også tekst for at syntetisere tilbagevendende temaer. Når AI-modeller opbygger fortællingen om dit brand, scannes dine anmeldelser aktivt efter fem kernetemaer relateret til kundeoplevelser:

Tema	Citeringsrate
Kvalitet af kundeservice	63%
Forsendelse og levering	34%
Produkt-/servicekvalitet	33%
Bekymringer vedrørende svindel/legitimitet	30%
Problemer med refundering/returnering	21%



Faren ved at mangle en profil: Hvis der mangler uafhængige anmeldelsesbeviser, behandler AI dette som en tillidskløft. Når ChatGPT søgte efter et brand uden profil, blev fraværet af uafhængig validering udtrykkeligt bemærket i 34,4 % af svarene.

Skil dig ud fra konkurrenterne: “co-omtale-effekten”

Direkte citeringer beskytter dit eget brands rum, men konkurrencerelateret synlighed gør det muligt at vinde markedsandele. Man taler om ‘co-omtale’, hvis AI anbefaler dit brand som et alternativ, når en forbruger udtrykkeligt stiller spørgsmål om din konkurrent. Brands med optimerede Trustpilot-profiler og et stort antal anmeldelser får **9,5 gange flere co-omtaler** end brands uden profil.

9,5x

Brands med optimerede profiler omtales 9,5 gange oftere, når forbrugere spørger AI om deres konkurrenter, sammenlignet med brands uden profil.

3-trins-tjeklisten til AI-synlighed

Vi har udarbejdet en enkel tjekliste, der kan hjælpe dig med at forvandle kundeanmeldelser til en stærk fordel i AI's æra:

Trin 1 Etabler din tilstedeværelse

- ☐ Opret og verificer din Trustpilot-profil.
- ☐ Automatiser invitationer til kundeanmeldelser.
- ☐ Svar på alle anmeldelser, så din profil fremstår aktiv og troværdig.

Trin 2 Saml flere anmeldelser for at øge din citeringsrate

- ☐ Bed om anmeldelser på forskellige tidspunkter i kunderejsen.
- ☐ Indstil basis-KPI'er, der fokuserer på dækning af anmeldelsesmængde, aktualitet og temaer.
- ☐ Svar jævnligt på anmeldelser for at sikre, at AI-modeller registrerer nye og opdaterede data.

Tjek dit brands AI-synlighed i dag



Tal med en Trustpilot-ekspert i dag.

Trin 3 Skab en konkurrencefordel løft på 9,5x i co-omtaler

- ☐ Oprethold en konstant strøm af nyere anmeldelser.
- ☐ Kør jævnligt sammenligningsprompter og alternative prompter på større AI-platforme for at spore co-omtaler for dit brand.
- ☐ Brug kundeindsigter til at forbedre dine aktiviteter og skabe en bedre kundeoplevelse.