

Vad AI säger om dig

**Hur omdömen skapar förtroende och får
ditt varumärke att rekommenderas av
ChatGPT, Gemini med flera.**

Se hela rapporten här för att få en omfattande
analys utöver den här sammanfattningen.

Om studien

Studiens mål

Förstå hur AI-system använder tredjepartsomdömen och huruvida Trustpilot påverkar synlighet i AI-genererade sökresultat.

Studiens omfattning

★ Uppmaningar skickades till fyra stora AI-plattformar:



★ **804 491** AI-svar analyserades

★ **1926** varumärken i 8 branscher granskades

★ Samtliga varumärken var baserade i **USA**

★ Studien utfördes i **mars 2026**

Huvudfynd

AI använder innehåll från omdömen för att generera svar

Nr.2

Webbplatser för omdömen och förtroenden är den näst mest citerade källkategorin i studien.

+16x

Andelen AI-referenser som hänvisar till webbplatser för omdömen ökar 16 gånger från kännedomsfasen till beslutsfasen. Ju närmare ett köpbeslut konsumenten kommer, desto mer förlitar sig AI på omdömesdata.

En Trustpilot-profil får ditt företag att sticka ut

1%

1 % referensfrekvens för varumärken utan en Trustpilot-profil.

54%

54 % referensfrekvens efter profilregistrering. Det går att uppnå med så få som 13 omdömen.

75%

75 % referensfrekvens Trustpilot-referensfrekvens för företag som optimerar sin profil och samlar in en median på 81 omdömen.

Trustpilot skapar en konkurrensfördel

+9.5x

Varumärken med en optimerad Trustpilot-profil och ett högt antal omdömen nämns oftare tillsammans med konkurrenter än varumärken utan profil.

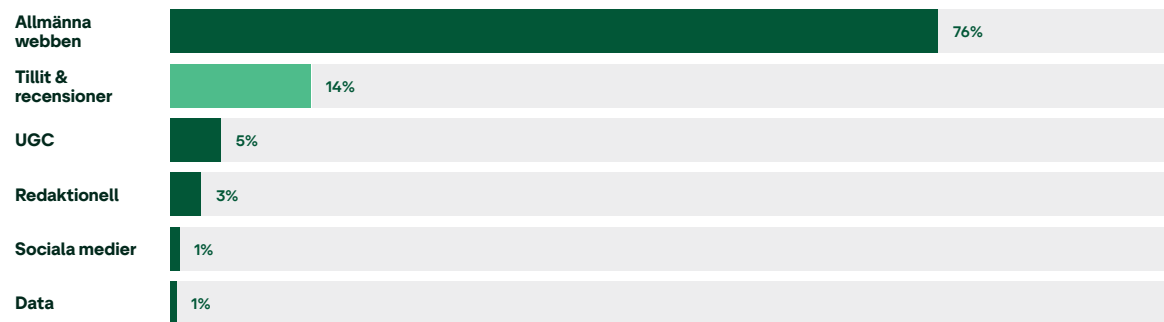
+43x

Den största relativa ökningen i datamängd - rese- och semesterföretag som går från att inte ha någon profil till att ha en registrerad profil.

Övergången till AI-sökning och omdömens roll

AI-sökning förändrar konsumentbeteenden

I över två decennier innebar varumärkessynlighet att visas högt upp i Googles sökresultat. I de nya AI-sökningarna konkurrerar varumärken om att inkluderas i ett enda genererat svar. Generativa AI plattformar lockar 7 miljarder besökare per månad (en ökning med 76 % jämfört med föregående år). Nedladdningar av AI-appar ökade med 319 % till 1,9 miljarder. Den klassiska marknadsföringsfrågan "kan folk hitta oss online?" har officiellt ersatts av: "vad säger AI-modeller när de får frågor om oss?"



Omdömen är en viktig del av synlighet i AI-system

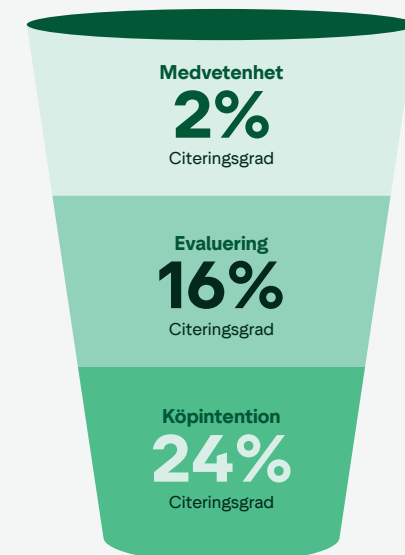
När AI-motorerna utvärderar varumärken förlitar de sig inte bara på varumärkesägda webbplatser. De kräver oberoende validering för att bekräfta företagets påståenden. Förtroende- och omdömeswebbplatser är AI-motorernas **näst mest citerade källkategori**. De rankas högre än användargenererat innehåll (UGC), sociala medier och redaktionellt innehåll.

¹SimilarWeb 2025 Generative AI Landscape: The State Of Gen AI

Omdömen är avgörande längre ner i marknadsföringstratten

Ju närmare en konsument kommer ett köp, desto mer förlitar sig AI på omdömesdata. Omdömesreferenser skjuter i höjden **16x** från den tidiga kännedomsfasen till den slutliga köpavsiktsfasen.

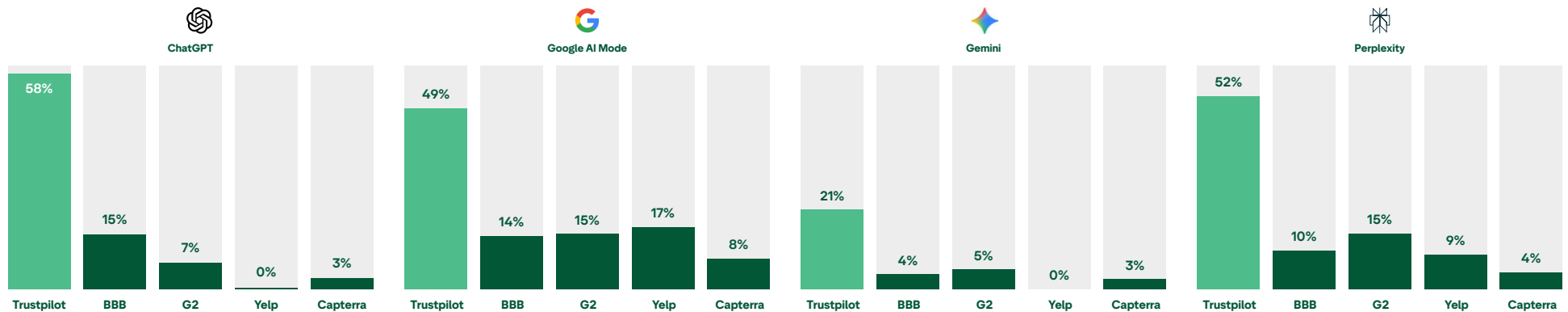
Omdömes citeringar ökar i utvärderings- och köpfasen



Trustpilots roll och den låga tröskeln för att lyckas

Trustpilot är den ledande omdömesplattformen

En studie av Seer Interactive analyserade **804 491 AI-svar** från fyra stora AI plattformar. I samtliga sökmotorer som ingick i testet var Trustpilot den mest citerade omdömesplattformen – med god marginal.



Obs!: 99,5 % av referenserna berodde på kvaliteten på Trustpilots organiska innehåll och AI-anpassade struktur, inte för att AI sökte efter Trustpilot.

Hur du får 50 gånger bättre synlighet i AI-system med Trustpilot

Företag behöver inte en lång historik av omdömen för att omedelbart förändra hur AI ser dem. Varumärken utan en profil har en **frekvens på 1 % för AI-citeringar**. Att registrera en profil och samla in ett medianvärde på **endast 13 omdömen** resulterar i en kraftig ökning till en **frekvens på 54 % för AI-citeringar**. Dessutom stiger citeringsfrekvensen till **75 % vid omkring 80 omdömen**.

Profilgrupp	Definition	Frekvens för AI-referenser
Ingen profil	Ingen registrerad Trustpilot-profil	1%
Ofullständig profil	Registrerad profil, ~13 omdömen	54%
Aktiv profil	Registrerad profil, ~81 omdömen	75%

Huvudfynd

Effekten som visas här är inte en gradvis förbättring. Det är en stor förändring. Den sker vid den lägsta tröskeln för aktivitet på Trustpilot. **Att registrera en profil och samla in ett litet antal omdömen är den mest effektiva åtgärden som observerades i studien.**

Hur AI använder omdömen och handboken för samomnämningen

AI använder dina omdömen för att generera svar

59 % av ChatGPT-svaren hänvisar direkt till TrustScore eller stjärnbetyg för att snabbt signalera trovärdighet. Men AI-modeller räknar inte bara stjärnor. De läser texten för att identifiera återkommande teman. När AI-modeller skapar ditt företags narrativ analyserar de dina omdömen och letar efter fem centrala teman i kundupplevelsen:

Tema	Referensfrekvens
Kvalitet på kundservice	63%
Frakt och leverans	34%
Kvalitet på produkter/tjänster	33%
Misstankar om bedrägeri och trovärdighet	30%
Problem med återbetalningar/returer	21%



Risken med avsaknaden av en profil: Om bevis från oberoende omdömen saknas ser AI det som en förtroendeklyfta. När ChatGPT ombads söka efter ett varumärke utan profil noterades uttryckligen avsaknaden av oberoende validering i 34,4 % av svaren.

Att sticka ut bland konkurrenterna: effekten av gemensamma omnämningen

Medan direkta referenser skyddar ditt varumärke kan konkurrenskraftig synlighet bidra till ökade marknadsandelar. Ett "gemensamt omnämning" inträffar när AI rekommenderar ditt varumärke som ett alternativ när en konsument uttryckligen frågar om en konkurrent. Varumärken med optimerade Trustpilot-profiler och många omdömen får **9,5 gånger fler gemensamma omnämningen** än varumärken utan någon profil.

9,5x

Jämfört med varumärken utan profil nämns varumärken med optimerade profiler 9,5 gånger oftare när konsumenter frågar AI om deras konkurrenter.

Checklista i tre steg för synlighet i AI-system

Vi har skapat en enkel checklista som visar hur du kan omvandla kundomdömen till en effektiv fördel i AI-eran:

Steg 1 Etablera din närvaro

- ☐ Skapa och verifiera din Trustpilot-profil.
- ☐ Automatisera kundomdömesinbjudningar.
- ☐ Svara på varje omdöme för att signalera att profilen är aktiv och trovärdig.

Steg 2 Få fler omdömen för att öka referensfrekvensen

- ☐ Bjud in till omdömen vid olika skeden i kundresan.
- ☐ Sätt nyckeltal som fokuserar på antal omdömen, aktualitet och tematisk bredd.
- ☐ Svara på omdömen regelbundet för att säkerställa att AI-modeller använder sig av aktuella data.

Steg 3 Skapa en konkurrensfördel 9,5 gånger fler gemensamma omnämningen

- ☐ Skapa ett stadigt flöde av nya omdömen.
- ☐ Testa och jämför olika uppmaningar på stora AI-plattformar regelbundet för att följa vilka andra varumärken ditt varumärke nämns tillsammans med.
- ☐ Använd kundinsikter för att förbättra verksamheten och skapa en bättre kundupplevelse.

Granska ditt varumärkes AI-synlighet idag



Prata med en Trustpilot-expert idag.