

Proč jsou recenze klíčovým faktorem výkonu? A jak pomáhají proměnit strach v objednávku?

heureka!
ads

Pocit bezpečí je rozhodující...

V online prostředí nerozhoduje jen cena a parametry produktu. **Rozhoduje pocit bezpečí.**

Podle asociace APEK se při výběru e-shopu řídí **recenzemi 97 % českých zákazníků⁽¹⁾**. Naše data potvrzují, že pro 82 % uživatelů je zásadní vyhnout se podvodným prodejcem.

Pokud zákazník nenajde dostatek recenzí, vnímá to jako varovný signál. **A místo dokončení objednávky odchází.**

Nedůvěra tak přímo snižuje výkon e-shopu.

Nezávislé potvrzení mění váhání v akci

Recenze nejsou jen zpětná vazba. Jsou veřejným potvrzením kvality a bezpečnosti nákupu.

Hvězdičky samy o sobě nestačí. Rozhoduje, kdo je potvrzuje.

Certifikát Ověřeno zákazníky funguje jako okamžitý signál důvěry. Uživatelé jej hodnotí vysokým skóre užitečnosti (5,87 z 7, dle našich dat).

Až 93 % českých zákazníků aktivně vyhledává autentické recenze, sekce „pro a proti“ a ověřené odznaky na nezávislých srovnávacích⁽¹⁾.

Viditelná a ověřená zkušenost rozptyluje obavy z „nákupu naslepo“ a dává zákazníkovi jistotu dokončit objednávku.

Co se děje, když důvěra funguje

Na Heurece jsou pro 44 % uživatelů recenze silnějším argumentem než nejnižší cena.

Zahraniční studie i ekonomické modely potvrzují, že **zvýšení hodnocení o 1 bod může vést k nárůstu tržeb až o 1,6 %⁽³⁾**.

Silná reputace navíc snižuje citlivost na cenu a pomáhá e-shopům udržet zdravou marži i v konkurenčním prostředí.

1) APEK, 2021/2022

2) Naveen Prabu & Jothi Francia, 2025

3) Boston College (Zhu Zhu, 2023)

4) Trustpilot Case Studies

5) Bazaarvoice / Molton Brown



[Přejít do obchodu](#)



96 %

zákazníků doporučuje podle dotazníku spokojenosti za posledních 90 dní.

4,8



celková spokojenost s obchodem

1,8

průměrná doba dodání ve dnech

99 %

zákazníků zboží dorazilo do 6 dní

„Nikdy nepodceňujte specifika lokálního trhu. A už vůbec ne potřebu odznaku Ověřeno zákazníky na českém trhu. My už jsme se poučili.“

— Martin Komora, bývalý Director, Group Marketing, Allegro

Modelové dopady podle zahraničních studií:

+32 – 43 % **+17 %**

nárůst konverzního poměru po integraci recenzí⁽⁴⁾

zvýšení CTR reklamních formátů využívajících hvězdičkové hodnocení⁽⁴⁾

+54 %

vyšší hodnota objednávky u zákazníků pracujících s recenzemi⁽⁵⁾

-22 %

snížení míry opuštění webu díky viditelnému sociálnímu schválení⁽⁴⁾