

# TrustYou.com: de evolutie van review-websites

Review-websites, wie kent ze niet. Toch is er geen één zoals TrustYou.com, zo laat Benjamin Jost, mede-oprichter en Managing Director, weten in een exclusief interview met Reisburo Actueel. 'Op TrustYou.com vind je alle reviews terug op één website waar door je geen uren meer hoeft te scrollen. Daarnaast zie je ook meteen wat bezoekers wel of niet goed vinden aan een accommodatie', aldus Jost.

Jakob Riegger en Benjamin Jost begonnen met TrustYou in april 2008. Beiden hebben ze geen verleden in de reisbranche, maar de twee universiteitsvrienden reisden veel en kwamen tot de conclusie dat ze wel erg veel tijd kwijt waren met het analyseren van verschillende reviewwebsites om een accommodatie te vinden die voldeed aan hun wensen. Binnen no time werd in samenwerking met het statistisch instituut van de Ludwig Maximilian Universiteit van München TrustYou ontwikkeld. Nu, ruim twee jaar later, werken er twintig man en is de site beschikbaar in het Duits en Engels. Binnenkort komen daar ook een Spaanse, Franse en Chinese versie bij. Jost: 'We zijn in gesprek met Zoover en we werken aan een Nederlandstalige versie van de site'.

## Structuur

TrustYou is volgens Jost de eerste reisite waarop systematisch gezocht kan worden naar reviews. De website selecteert uit meer dan twintig miljoen reviews van ruim 320.000 hotels wereldwijd. 'Juist dat systematisch zoeken op reviews is hegeen wij nog op geen enkele andere website terug konden vinden', aldus Jost. 'Wanneer wij zochten op een hotel in New York dan kregen wij honderden reviews van evenzoveel hotels en al deze websites focussen op prijs. Hierin ontstond een probleem voor zowel de reisindustrie als voor klanten. Daarom zijn wij op zoek gegaan naar een systeem dat de reviews "begrijpt". Ons systeem biedt de mogelijkheid om te zoeken naar een familiehotel in New York waar het ontbijt goed is. Door de gestructureerde informatie die het systeem biedt, scroll je makkelijk

door de reviews van diverse sites heen. Ons systeem zou bijvoorbeeld aan kunnen geven dat Zoover goede reviews heeft van een hotel in Scheveningen'.

## Reisindustrie

Niet alleen consumenten hebben iets aan TrustYou. Hotels en touroperators maken al dankbaar gebruik van de enorme database, onder andere van de mogelijkheid om een samenvatting van de reviews zichtbaar te maken op de website waardoor bezoekers niet door alle reviews hoeven te scrollen. Jost: 'Wij werken met drie verschillende business modellen onder de term TrustYou Analytics. Zo is er de mogelijkheid voor bijvoorbeeld hoteliers en touroperators op het gebied van "reputation management" om te zien hoe er op het web wordt geschreven over hun accommodatie of de accommodatie(s) die de touroperator aanbiedt. Het tweede model is toegespitst op de consument, die kan zien wat andere bezoekers op onder meer Twitter, Facebook en blogs over de accommodatie schrijven. Met het derde model analyseren wij reviews op een goede of slechte beoordeling op het gebied van eten, de badkamer, het bed, de ligging, het personeel, enzovoorts. Wie op onze site op zoek gaat naar een hotel in Zuid-Afrika zal niet meer door een lijst van 500 hotels hoeven te scrollen'.

## Kracht

De kracht van TrustYou ligt volgens Jost in de enorme database en de technologie achter de website die leunt op ruim 30 jaar onderzoek. Jost: 'Er is geen enkele website die reviews van over de hele wereld -in

Benjamin Jost



verschillende talen- beter begrijpt en analyseert dan TrustYou. Onze enige zwakte op dit moment is het feit dat we meer content willen vanuit de Verenigde Staten. Vandaar dat we onlangs zijn gestart om ons product ook daar in de markt te zetten. Waarom Nederlandse vakantiegangers of ondernemers uit de reisbranche eens op onze website zouden moeten kijken? Mensen vinden het bekijken van reviews leuk, maar niet wanneer ze tientallen accommodaties te zien krijgen. TrustYou weet de reviews zowel verticaal als horizontaal op een goede manier te selecteren. Wie als bedrijf niet goed gebruik maakt van reviews kan daarmee zoveel informatie en omzet verliezen. Daarnaast kan niemand meer om onze enorme database heen, die op zijn beurt de websites van reisorganisaties overzichtelijk kan maken en een plezier om te bezoeken voor de consument. De "search experience" in de reisindustrie kan nog zoveel beter'.

## Toekomst

Voor de toekomst zijn er bij TrustYou grote plannen. Door het product in Amerika op de markt te zetten, heeft het bedrijf uit München al een grote stap gezet. 'Op de B2C-site willen we in de komende twaalf maanden meer dan één miljoen unieke bezoekers halen.

Op het gebied van B2B willen we van TrustYou Analytics de meest gebruikte reputatie tool in de Verenigde Staten maken. Ook hopen we dat Amerikaanse reisesites ons systematische search module gaan gebruiken op hun websites en voor mobiele applicaties. Daarnaast willen we nog meer verticale zoekmogelijkheden bieden, zoals het zoeken op restaurants, bars, nightlife en winkelen. Ook willen we meer samenwerking met grote sites als Facebook, Yelp en Twitter. Deze sites hebben ontzettend veel reviews, maar alleen met onze technologie kunnen ze deze zinvol maken voor de consument. De volgende stap is dat er overzichten gaan komen van reviews van persoonlijke accommodaties, bijvoorbeeld van vrienden, familie of kennissen. Nu zijn reviews niks anders dan aanbevelingen van mensen die je niet kent. Daarbij vragen mensen zich altijd af of het wel klopt wat er staat. De eerste stap was reviews van mensen die je niet kent, de tweede van mensen die je wel kent. Of ik nog bedreigingen zie? Op het gebied van B2C alleen Google. Zij richten zich steeds meer op de reisindustrie en zij kunnen, als ze dat willen, het verticaal zoeken naar bijvoorbeeld hotels gaan domineren', aldus Jost.

Arjen Lutgendorff

