

6 Dicembre 2012

Deotto: “Tripadvisor è utile” I ristoratori: “Troppe penne avvelenate”

Non mancano commenti difficili da digerire, ma con Tripadvisor, blog ed altri siti i ristoratori devono fare i conti ogni giorno. Tutti sono però d'accordo nell'affermare che il sito dovrebbe selezionare maggiormente le recensioni.



Tripadvisor raccoglie 75 milioni di recensioni, 60 milioni di visitatori unici mensili e ogni minuto sono 60 i nuovi contributi che arricchiscono il sito che in 12 anni di storia continua a crescere a ritmi costanti. In Europa il sito si piazza secondo (dopo booking.com) per visite mensili (dati a settembre 2012) con 19 milioni 546 utenti. In Italia il sito è di gran lunga il più visitato, primato raggiunto con 2 milioni 122 visite, con una crescita del 19,1% nel mercato viaggi e del 48,4% in un anno. Dati che definiscono Tripadvisor il portale di viaggi più grande del mondo ed uno strumento fondamentale per conquistare nuove quote di mercato. Social network e siti dedicati rappresentano un importante passo avanti per riposizionare la propria impresa sul mercato e ristrutturare la propria immagine prestando attenzione alle opinioni di ogni ospite.

Vittorio Deotto, manager di Tripadvisor, ha presentato i dati più recenti rilevati dal sito più amato dai viaggiatori e indicato come sfruttare al meglio l'opportunità offerta dalla rete. Per prima cosa Deotto ha voluto sfatare il luogo comune secondo cui il sito raccolga commenti negativi: "Il 72% degli alloggi italiani ha ottenuto un punteggio, in una scala da 1 a 5, di 3,5 o superiore, a dimostrazione della scarsa incidenza di "critiche gratuite o peggio velenose". Quanto alla popolarità di ogni insega, i parametri in grado di influenzare sono la data delle recensioni, il giudizio medio e il numero delle recensioni. Per migliorare la propria immagine on-line non mancano una serie di dritte: "Tripadvisor deve essere considerato come il prolungamento dell'ufficio commerciale di ogni attività all'estero ed uno strumento per raggiungere clienti in tutto il mondo" continua Deotto. Il primo passo è registrarsi al Centro Gestione: "Solo così è possibile monitorare costantemente la propria reputazione. Tripadvisor è in costante crescita in Italia, dove nell'ultimo anno sono cresciute del 46% le strutture alberghiere recensite e, visto che il 90% della popolazione ha un dispositivo mobile e la nostra App (la seconda più scaricata nel settore viaggi, con oltre 26 milioni di download) agevola l'accesso dal cellulare, con oltre 50 guide di città disponibili off-line, quindi senza ricorrere a connessione, in 20 lingue, con oltre 35 milioni di utenti unici mensili". E per amplificare ulteriormente il passa-parola non manca l'integrazione con Facebook "Trip Friends", che indica le impressioni di viaggio dei propri amici, e "Friends of Friends", che raggiunge gli amici degli amici. Il terzo passo è quello di monitorare ogni notifica (il sistema segnala ogni nuova recensione) e gestire il "rendimento" da una pagina che riporta in modo dettagliato pregi e difetti rilevati dai visitatori. E per sfatare - o confermare - il detto che vuole che l'erba del vicino sia sempre più verde, con relativa invidia da parte di chi lo guarda, magari dalla propria finestra, Tripadvisor dà la possibilità di confrontare - sempre in modo gratuito - il proprio rendimento con quello del concorrente: "Volendo - sottolinea Deotto - è possibile cambiare ogni giorno competitor in modo da avere un quadro preciso della propria impresa".

Il quarto passo è pubblicare repliche della direzione ad ogni commento: "Nella risposta si possono inserire informazioni nuove, dall'offerta in corso alla ristrutturazione giusto per fare un esempio, che possono incentivare una nuova visita e convincere ulteriormente chi visita il sito". Pubblicare foto è altrettanto importante, perché rappresentano un vero e proprio biglietto da visita. Tripadvisor offre la possibilità di scaricare gratuitamente widget (interfaccia, ndr) da utilizzare sul proprio sito: "L'hotel può così arricchire il proprio sito riportando il certificato d'eccellenza o le ultime recensioni ricevute. Una scelta - sottolinea Deotto - che si rivela fondamentale per ottimizzare i tempi per effettuare la prenotazione trattenendo il visitatore sul proprio sito, visto che un recente studio Focus Wright evidenzia come per prenotare un hotel si impieghino solo 7-8 minuti al massimo". Per conquistare definitivamente il cliente e acquisirne nuovi di passaggio è importante pubblicare le offerte e promozioni in corso: "Le offerte diventano visibili su una mappa che ogni utente può interrogare e che ogni turista di passaggio può cogliere". L'importante è che siano attrattive: "A Milano tanti alberghi continuano a proporre il week-end romantico, in una città che evidentemente è meglio punti su altri argomenti più forti, dalla moda ai musei, al Cenacolo".

Il 57% è più propenso a prenotare un hotel che replica alle recensioni, rispetto ad un altro hotel che non risponde ai viaggiatori, sulla base di una recente indagine condotta a settembre da PhocusWright's per TripAdvisor. L'84 % dei turisti afferma di migliorare la propria considerazione di un hotel se è stata pubblicata una replica della direzione appropriata

per una recensione negativa. Il 78% pensa che la risposta di repliche della direzione sia un indice di quanto si tenga ai propri ospiti.

LE REAZIONI

Ristoratori bergamaschi in coro: “serve una migliore selezione delle recensioni”

Taverna del Colleoni Dell’Angelo

Cornaro: “Uno strumento
che offre opportunità di crescita”

“Grazie a Tripadvisor registriamo un incremento della clientela internazionale che sfiora il 30 per cento. E’ uno strumento di grande successo, molto seguito da chi viaggia, anche se non esiste un filtro. Oltre trent’anni fa, quando lavoravo a New York, Zagat muoveva i primi passi nel mondo delle guide, affidando i commenti agli utenti, ed oggi è la guida più importante oltre Oceano. Ma ha sempre fatto da filtro al mare magnum di commenti e recensioni. Resta il fatto che, comunque sia, una guida fatta dalla gente rappresenta una risorsa eccezionale e da cogliere”. Cornaro non solo risponde ad ogni recensione negativa, ma stampa e appende ogni commento non al top nella bacheca del personale: “Chi lavora qui potrebbe lamentarsi, ma invece si limita con grande professionalità a leggere e a prendere atto di ogni critica. Il risultato alla fine è positivo perché non fa che contribuire a migliorare il servizio. Quanto alle critiche, ogni giorno io e mio figlio Nevio seguiamo ogni aggiornamento e rispondiamo alle critiche, mettendo ancora più impegno nel rispondere a quelle più catastrofiche. Del resto internet è nato per scambiarsi idee ed opinioni e non cercare di colloquiare o stabilire i contatti con la propria clientela è un grande sbaglio”. I furbetti della recensione esistono, ma meritano comunque, anzi forse a maggior ragione, una risposta: “Mi è capitato di avere una recensione negativa in cui il turista si lamentava di una polenta e salame, che a onore del vero non ho mai avuto in carta nella mia vita, e del locale deserto. Probabilmente o ha sbagliato locale o ha sbagliato l’orario, ad ogni modo l’ho invitato a venire a cena nel nostro locale quando gli si presenterà l’occasione”. Non mancano alcune pecche: “Il sito non ha previsto una distinzione tra diverse categorie di locali e ristoranti, così accade che si trovi la gelateria come il bar e il ristorante. In questo Tripadvisor non può che migliorare”.

Roof Garden

Ferrari: “Cerco di stare
alla larga da blog e commenti”

“Da tempo immemore evito di leggere blog e commenti e presunte (e sottolineo presunte) visite, ma inevitabilmente con Tripadvisor dobbiamo fare tutti i conti. Io stesso, da utente, lo consulto ogni volta che intraprondo un viaggio, specialmente per vedere quali offerte propongono. Mi è capitato anche di scrivere recentemente una recensione dopo una serata davvero indimenticabile a Il Pellicano (a corte di Antonio Guida, due stelle Michelin conquistate nel Relais a Porto Ercole, ndr)”. Ho letto cose meravigliose e cose terribili. Mi sono giustamente arrabbiato nel leggere recensioni di piatti totalmente inattuali, che proponevo almeno due anni prima. Leggo due o tre recensioni positive ed è possibile che la terza sembri firmata da un esorcista? Probabilmente su internet c’è chi si dà alla pornografia e anche chi prova piacere nel denigrare il lavoro altrui con cattiverie gratuite. Per questo evito di farmi venire il sangue amaro e non apro la pagina in internet. Sto in cucina dieci ore al giorno almeno sei giorni su sette, senza calcolare il tempo che comunque dedico al ristorante anche lontano dai fornelli e ho deciso di stare alla larga dai commenti allo sbaraglio. Con piacere noto che tanti altri miei colleghi fanno lo stesso, una conferma che ho avuto da grandi chef come Antonino Cannavacciuolo e Chicco Cerea”.

Il Pianone

Panattoni: "Critico verso questo strumento
sia come utente che come ristoratore"

"Sono abbastanza critico nei confronti di Tripadvisor sia da ristoratore che da utente, anche se comunque sia qualche cliente lo porta di sicuro. Mi è capitato di voler rispondere a due recensioni negative autenticandomi nel sito, ma purtroppo non mi è stato permesso. C'è stato perfino un caso eclatante di evidente errore nell'identificazione del locale, dal momento che si parla di un piatto come la pizza che in tanti anni di storia non abbiamo mai servito. Quando ho usato il sito in viaggio o in vacanza per cercare consigli su ristoranti sono rimasto un po' deluso. Il problema è che chi scrive commenti non ha in larga misura grandi competenze e spesso non riesce a valutare l'effettiva qualità di quanto assaggia. Non mancano poi le recensioni al vetro: vuoi per il conto che è per sua definizione sempre troppo salato, vuoi come sfogo personale perché quella serata l'umore non era dei migliori". Un solo giudizio negativo è in grado di metterne in discussione dieci positivi: " La gente è più propensa a lamentarsi - a volte purtroppo muovendo critiche distruttive piuttosto che costruttive - che a tessere elogi. Ed anche questo è un aspetto da tenere in considerazione. Ci si scomoda a scrivere più per criticare che per condividere un'esperienza positiva". Un caso eclatante o sospetto? "Un paio di mesi fa ho letto una recensione negativa scritta da qualcuno che in quello stesso giorno aveva recensito ben 25 altri locali a Bergamo". Non mancano i dispensatori di recensioni positive a pagamento: "Ogni giorno via mail ricevo offerte commerciali , tra cui la possibilità di acquistare recensioni entusiaste su vari siti, tra cui Tripadvisor".

Porta Osio

Angeloni: "Pochi filtri e garanzie,
per questo resto scettico"

"Tripadvisor mi ha inviato un certificato di qualità da esporre e non posso che essere soddisfatto dei commenti positivi ricevuti, ma resto molto scettico nei confronti di uno strumento che non prevede filtri e garanzie che attestino l'effettiva visita al ristorante. Ad oggi Tripadvisor, nonostante io abbia ricevuto recensioni oneste e positive, può essere utilizzato in modo improprio da chiunque, dal commentatore prezzolato al collega scorretto". Alle critiche Nicholas Angeloni ha scelto di non rispondere: "E' lecito lamentarsi, ma ho scelto di non dare importanza ad ogni commento. Mi capita di leggere risposte allucinanti da parte dei locali e non me la sento proprio di fare lo stesso, anche perché il cliente ha sempre e comunque ragione. Se il cliente muovesse le critiche di persona anziché sfogarsi poi sul web sarebbe decisamente meglio". Un commento strano o sospetto? "C'è una donna misteriosa, che frequenta il mio locale in modo assiduo, almeno cinque-sei volte al mese che, pur riconoscendomi ben 4 stelle su 5, dichiara che il pesce da noi non è sempre fresco, cosa che non è assolutamente vera".

Osteria Al Gigianca

Pesenti: "C'è pure chi ti ricatta
minacciando giudizi negativi"

"Tripadvisor porta senza dubbio tanti clienti. Essere nella top-ten dei locali recensiti in città ci porta un buon 30 per cento di clienti nuovi. Siamo a Loreto, siamo aperti da due anni, eppure tanti stranieri e turisti da fuori provincia decidono di fare un po' di strada in più per raggiungerci, anche se siamo al di fuori dell'itinerario di visita tradizionale" . Oltre ai commenti positivi, non sono mancate le critiche e nemmeno i ricatti di qualche cliente che prova a mercanteggiare recensioni entusiaste in cambio di uno sconto: "Dopo la nostra segnalazione Tripadvisor ha convenuto con noi di rimuovere una recensione davvero aggressiva ed infamante, dopo un opportuno controllo. Sono capitate anche critiche assurde, come quella mossa ai nostri taglieri di salumi e formaggi tacciati d'essere di scarsa qualità, quando andiamo addirittura negli alpeggi a scegliere i formaggi migliori ed abbiamo produttori rinomati di riferimento per i salumi.

La Rassegna

<https://www.larassegna.it/deotto-tripadvisor-utilei-ristoratori-troppe-penne-avvelenate/>

Recentemente abbiamo ricevuto una promessa di recensione positiva ed un ricatto per un commento negativo da un gruppo di ragazzi, che alla fine volevano uno sconto". Ai commenti Al Gigianca ha scelto di rispondere ogni giorno: "Teniamo d'occhio costantemente il sito e abbiamo scelto di rispondere sia alle recensioni positive che a quelle negative".