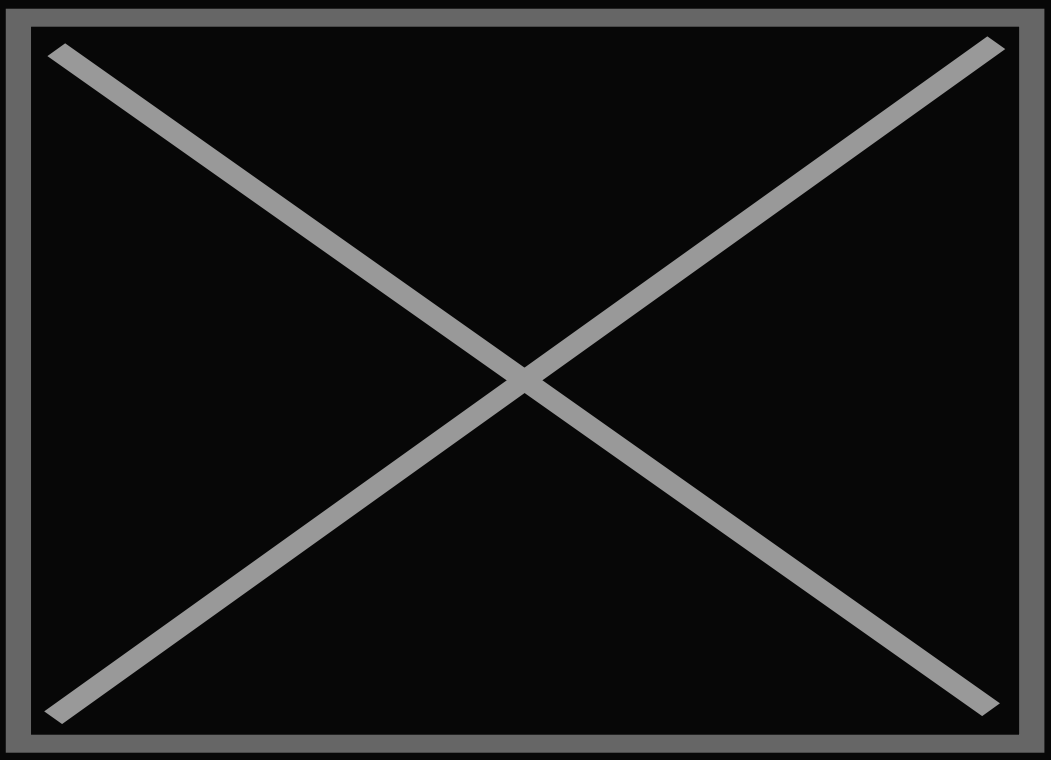
Come gestire le recensioni negative: i consigli di ristoratori e barman

tripadvisor-varie-1-aafc397d

Prima di selezionare il posto perfetto dove cenare, i clienti oggi controllano e analizzano le recensioni di un ristorante. Una questione delicata come dimostra il fattp che il 91% dei consumatori mondiali si affida a piattaforme come TripAdvisor, The Fork e Google.

Per **ottimizzare le recensioni positive** bisogna quindi lavorare su una forte presenza online, incoraggiare a leggere i commenti partendo dai clienti più fedeli, rispondere a tutti i post, anche i peggiori. E non è finita: non deve mancare la disponibilità a ripubblicare e diffondere un feedback (positivo) e a utilizzare software gestionali creati ad hoc, magari utilizzando un **modulo di feedback del ristorante** (che dovrebbe essenzialmente aiutare il gestore a monitorare ed elaborare tutti i dettagli relativi al cliente).

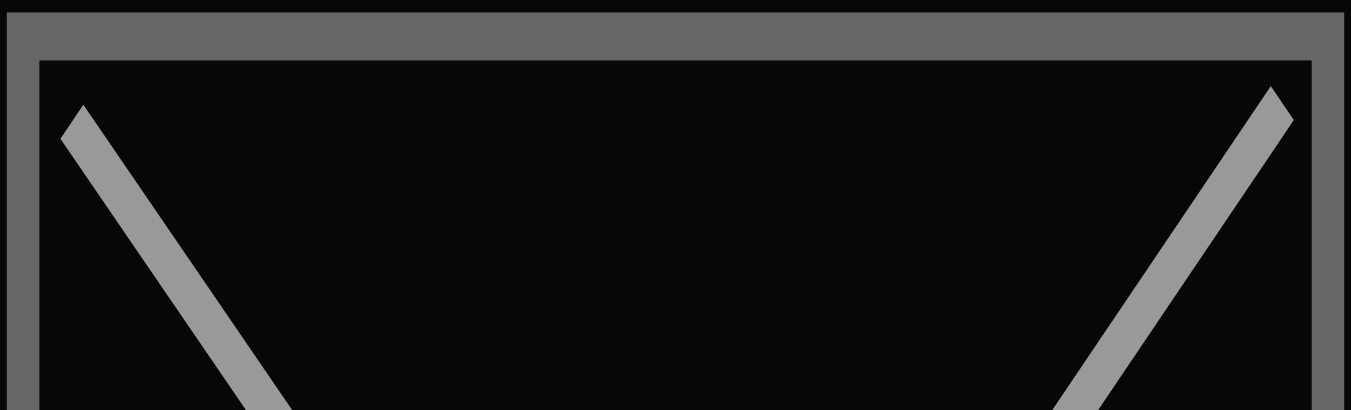


Come e quanto considerare allora le piattaforme come TripAdvisor?

“Tripadvisor è poco efficace per i locali, ci sono troppe recensioni fake; TheFork è in forte crescita di posizionamento, ha integrazioni tecnologiche interessanti (scelgo un numero di ospiti e un orario e mi trova i locali disponibili senza dover chiamare) ha ancora un gap di posizionamento, è percepito come cheap ma sta lavorando sul posizionamento e recensioni e feedback tutti certificati”, analizza **Stefano Carenzi,** maitre e proprietario del Dry Aged.

Originario di San Vito al Tagliamento (PN), **Michele Piagno** è un barman esperto di mixologia molecolare. *“Non amo Tripadvisor, una piattaforma che mi sembra stimoli a lasciare soprattutto commenti negativi e meno immediata di Google My Business. Per questo utilizzo soprattutto Google, Instagram e Facebook per comunicare con i clienti. Cerco di capire perché se la recensione negativa è pretestuosa, come spesso accade, oppure se davvero abbiamo sbagliato qualcosa. In ogni caso cerco di usare cortesia ed ironia”*.

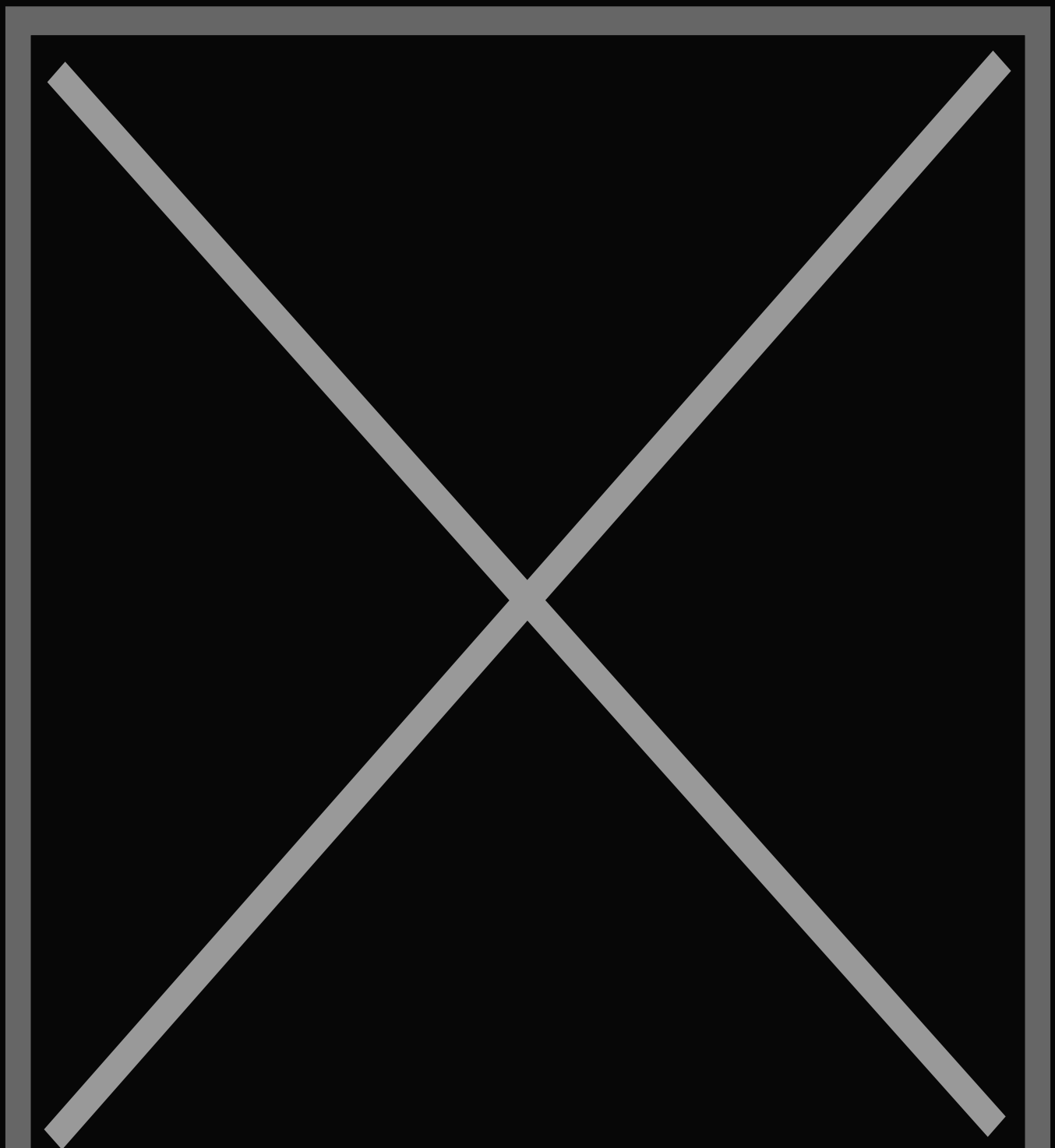
[caption id="attachment_211211" align="alignnone" width="694"]



Michele Piagno[/caption]

Luca Guidetti, titolare e gestore di Fam – Desenzano, ristorante e hot spot sul Garda, aggiunge: *“Sono eccellenti per le persone che non conoscono una zona, le usiamo tutti quando siamo in giro per turismo o lavoro. Per quel che riguarda invece Fam, dovremmo rispondere a tutti i commenti su Tripadvisor, lo sappiamo ma in realtà non lo facciamo. Curiamo molto la nostra comunicazione, dai social all'ufficio stampa con due diverse agenzie, cerchiamo di raccontare bene il nostro lavoro. Per questo sappiamo che troppo spesso chi commenta su Tripadvisor lo fa solo per commenti non veritieri e/o quando si è trovato molto male”*.

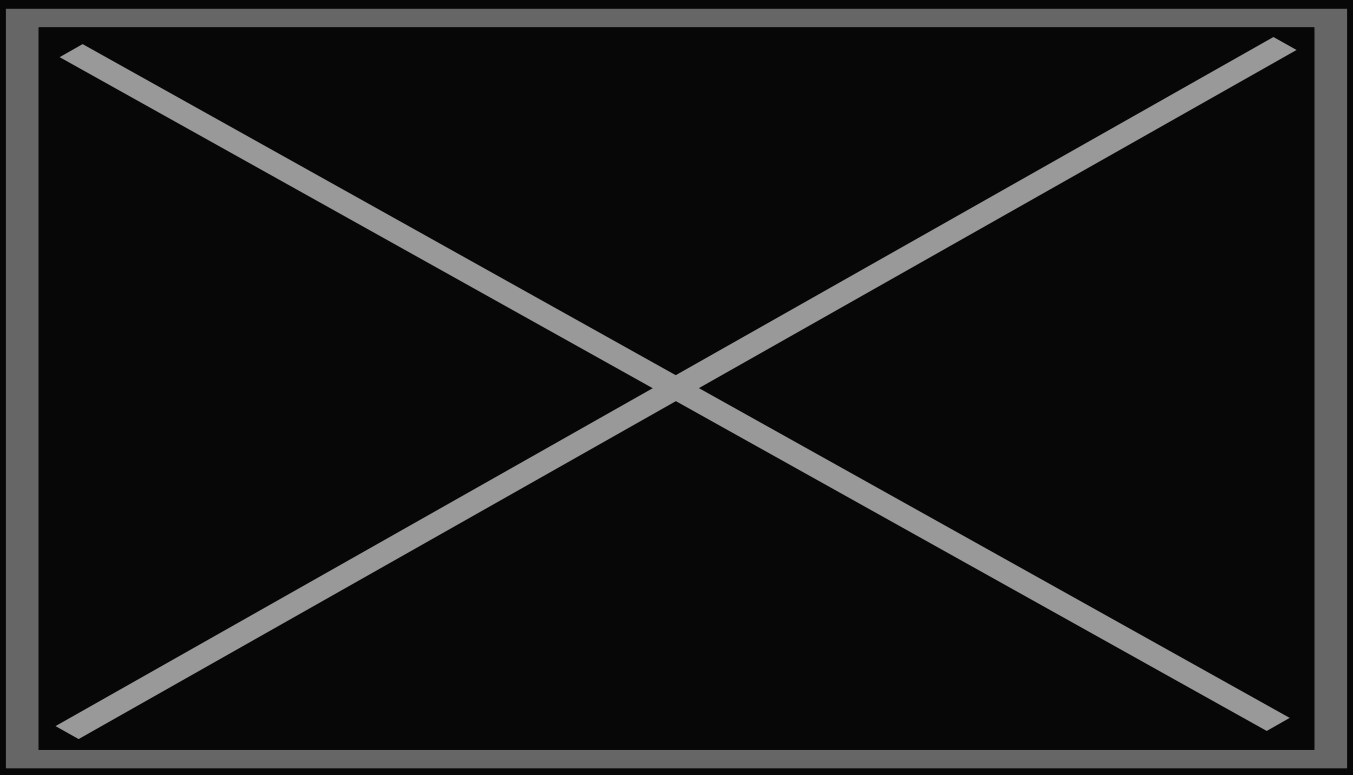
[caption id="attachment_211212" align="alignnone" width="696"]



Luca Guidetti di FAM e a destra il dj Roberto Ferro[/caption]

Come reagire a un commento o atteggiamento molesto e irriguardoso.

“Semplicemente, non rispondiamo. Abbiamo i nostri canali ed il nostro sito tramite i quali siamo sempre in contatto con i nostri clienti”, dice Luca Guidetti. La linea di pensiero è **ascoltare i clienti al fine di recepire quali possano essere le migliorìe all'interno dell’offerta**. *“Anche a fronte di atteggiamenti molesti e irriguardosi, sia virtuali che in presenza, la nostra linea di pensiero non cambia, saremo sempre attenti ai pensieri dei nostri avventori e a cercare la via della comprensione al fine di poterci migliorare, recensione dopo recensione”*.



Cosa poter migliorare attraverso le piattaforme

*“Senz'altro sono **strumenti per migliorarsi**, selezionando i commenti sensati. Troppo spesso c'è chi si lamenta di piatti che non abbiamo mai servito o su dettagli che un'osteria come la nostra non possono curare. Non usiamo tovaglie e non abbiamo pesce, se non a volte sarde e calamari, siamo a Codroipo, non sul mare... E senz'altro le stesse piattaforme dovrebbero migliorare, magari filtrando in qualche modo i commenti”*, prosegue Piagno.

Una voce a cui si aggiunge quella di **Luca Guidetti**: *“Si impara, certo, perché non sempre il cliente scrive solo quando si è trovato male e se si è trovato male a volte avremmo potuto rimediare... Ma Tripadvisor e simili sono molto più sensate ed utili per tutti se prima di lasciare un commento si dovesse in qualche modo dimostrare di aver mangiato o soggiornato in quella struttura”*.

Insomma, deve esserci una sorta di controllo incrociato su chi fa le recensioni, per esempio con chi effettivamente è stato nel locale e ha pagato un conto, dice **Lorenzo Murray**, proprietario di Classico Trattoria&Cocktail.