Vocabolario del Bar 2.0 T come Tripadvisor

header-tripadvisor-7cff9fdc

Ebbene sì, il futuro prossimo della ristorazione sarà ancora all'insegna di una lettera "T" ben più incisiva di quella di Twitter. TripAdvisor non ha bisogno di presentazioni: nato e cresciuto all'inizio degli anni duemila, ha letteralmente sconvolto il settore dell'ospitalità su scala globale, arrivando nel 2014 ad avere oltre 170 milioni di recensioni riguardanti più di 4 milioni di hotel, ristoranti e attrazioni turistiche.

tripadvisorditaUn successo costellato da numerose polemiche sull'attendibilità e la legittimità dei giudizi dei consumatori (vedi il nostro approfondimento), recentemente alimentate da una denuncia shock di Federalberghi: l'Hotel Regency di Roma è chiuso dal 2007, ma – citiamo testualmente – "Tripadvisor continua tranquillamente ad accettare recensioni sulla struttura".Anche molti ristoratori hanno dissotterrato l'ascia di guerra, e la "denuncia al recensore" non è più un tabù (vedi il caso di Bologna).

Giusto difendersi, soprattutto quando la minaccia dell'opinione diffamatoria online diventa squallido strumento di ricatto per ottenere sconti o piatti omaggio; gli eccessi, però, esistono anche dall'altra parte della barricata: esercenti talmente preoccupati di rovinarsi la reputazione che paventano denunce per ogni critica o commento negativo, digitale o faccia a faccia, finendo poi per dimenticarsi che il cliente è il cliente, e in quanto tale va sempre rispettato – parlo per esperienza personale, senza fare nomi (coi tempi che corrono…).

[caption id="attachment_31984" align="alignleft" width="289"]Il ristorante Quintessenza di Trani Il ristorante Quintessenza di Trani[/caption]

D'altro canto, non mancano i ristoratori che in TripAdvisor hanno visto fin da subito un'opportunità da sfruttare anziché un nemico da combattere – vedi i finalisti italiani della classifica "Traveller's Choice Fine Dining Resturants 2014".

Anche perché, a dirla tutta, sarebbe una guerra persa: sono sempre di più i consumatori che decidono dove uscire a cena sulla base del rating di TripAdvisor e sempre meno quelli che si fidano delle guide cartacee vecchio stampo. La rivoluzione digitale sta spazzando via l'ancien regime e, come sempre, l'avvento della democrazia porta con se le sue naturali distorsioni – ad esempio il fatto che il miglior ristorante di Roma sia una (pur sempre ottima!) pizzeria. I consumatori digitali chiedono un locale "autentico", e non necessariamente lussuoso, stellato, elegante, dalla cucina raffinata. L'unico modo per far fronte in maniera intelligente alle opinioni negative su TripAdvisor (perlomeno a quelle non palesemente inventate o esplicitamente diffamatorie) è instaurare un dialogo con la clientela, rispondendo cordialmente ai commenti critici, mostrandosi ragionevoli e imparando dai suggerimenti più sensati. Perché a decretare il successo di un'attività di business, da che mondo è mondo, sono i suoi clienti.

Il Vocabolario prosegue, l'appuntamento è alla U!

Massimo Airoldi (@massimoairoldi)

LE PUNTATE PRECEDENTI di BAR 2.0

A come Autenticità

B come Branding

C come Crowdfunding

D come Digital Marketing

E come E-Commerce

F come Fidelizzazione

G come Geolocalizzazione

H come Hacking

I come Indicizzazione

L come Local

M come Microcredito

N come Nutrizione

O come Oriente

P come Pinterest

Q come Qualità

R come ROI

S come Streaming