2night-Travel Appeal insieme per rilanciare la reputation dei ristoranti

travel-appeal-2night-66d2b89e

Nuova collaborazione tra **2night**, leader in Italia per l'informazione e la comunicazione nel settore del tempo libero e **Travel Appeal**, società specializzata per l'elaborazione dei big data nel turismo. Analizzando un campione di quasi 9mila ristoranti italiani, Travel Appeal ha rilevato nell'arco dell'ultimo anno oltre **500mila recensioni** di cui solamente il 7% hanno avuto risposta e il tempo medio per rispondere registrato è di 11 giorni. La percezione (sentiment) dei clienti è nel complesso positiva (85.80%), emerge però la **debolezza della gestione dell'appeal**. In più, **solo il 53% dei ristoranti ha un sito web e il 62% usa Facebook**. Oltre alla reputazione online, è altrettanto fondamentale la gestione dei propri canali per ottimizzare l'interazione con la propria clientela.

Il mondo del food è caratterizzato da una sempre più ampia diffusione in tempo reale di opinioni, consigli, foto, giudizi: oltre 200 milioni sono le recensioni su **Tripadvisor** che parlano di cibo; su **Instagram** più di 185 milioni di post sono taggati con l'hashtag #food e oltre 19 milioni con #foodie. Per gli operatori del settore è diventato **imprescindibile il presidio del mondo web** per intercettare le preferenze e i suggerimenti dei propri clienti e per attirarne di nuovi. Con questo obiettivo 2night veicolerà in esclusiva lo **strumento messo a punto per i ristoranti** da Travel Appeal: grazie a questo prodotto digitale realizzato in co-branding dalle due società, **i ristoratori potranno controllare la reputazione del proprio locale** monitorando quello che le persone dicono di loro su **TripAdvisor, Yelp, Foursquare, 2Spaghi, TheFork, Zoover, Google, Facebook, Instagram, Twitter** e molti altri canali; potranno essere avvisati in tempo reale quando un cliente pubblicherà un nuovo contenuto online e verranno rilevate criticità, erogati avvisi e suggerimenti specifici che permetteranno di intervenire per migliorare l'appeal della propria attività.

«Sempre più persone scelgono e decidono i locali influenzati da quello che si dice in rete. Per questo abbiamo pensato di fornire il ristoratore di uno strumento che lo aiuti a tenere sotto controllo la propria immagine digitale, dandogli anche le indicazioni su come gestirla e migliorarla», spiega **Mirko Lalli**, fondatore di Travel Appeal, recentemente premiata a Bilbao da IFITT (International Federation for IT

and Travel & Turism) per l’importante contributo dato alla crescita e al successo nella digitalizzazione delle imprese del settore del turismo.