Recensioni web: rischi ed opportunità

trrrrrrrrr-5ea4ff65

Nella classifica dei pubblici esercizi meglio recensiti di Milano su Tripadvisor.it, nelle prime tre posizioni troviamo la “Pasticceria Castelnuovo”, la “Gelateria della Musica” e il ristorante “Pier 52”. Un podio deciso da centinaia di recensioni entusiastiche, che saranno poi decisive nella scelta dell’itinerario gastronomico del turista medio a Milano, così come dell’italiano qualunque armato di smartphone.
Trovarsi catapultati in cima alla classifica di un sito consultato ogni mese da 60 milioni di consumatori nel mondo e da circa 2,5 milioni in Italia è senza dubbio un’efficace pubblicità gratuita. Non dobbiamo dimenticare, però, l’altro lato della classifica: gli esercizi recensiti male, quelli che il turista straniero difficilmente prenderà in considerazione per passare la serata. Il profilo su Tripadvisor, perfetta calamita per attirare nuovi clienti, in questi casi sfortunati rischia di trasformarsi in uno spaventapasseri. Ognuno ha la reputazione che si merita? Forse. Ma, a scanso di equivoci, siamo andati a controllare.Sbirciando tra i fanalini di coda della classifica dei ristoranti milanesi recensiti su Tripadvisor.it, ci siamo imbattuti nel ristorante “Capolinea”, posizionato al 2673esimo posto – una stella e mezzo di punteggio medio per 34 recensioni. Tra le opinioni degli utenti non mancano alcuni commenti positivi, i quali però passano quasi inosservati in mezzo a 27 recensioni estremamente negative, corredate da titoli lapidari: “Gastrohorror”, “Scandaloso”, “pessimo”, solo per citarne alcuni.

Abbiamo voluto vederlo dal vivo, questo “famigerato” Capolinea. Ci aspettavamo il locale “squallido”, “orribile”, “arredato male”, “sporco” descritto da diversi utenti. Invece ci siamo trovati di fronte un normalissimo ristorante/Bar nella periferia Nord di Milano, di recente costruzione e apparentemente pulito. Come si spiegano allora gli aggettivi poco clementi adoperati dagli utenti? Abbiamo chiesto al titolare, Luigi d’Amico, la sua versione dei fatti: «Il Capolinea è aperto dal 2010. All’inizio avevo pensato di fare una campagna pubblicitaria con i coupon, per far conoscere il locale a potenziali clienti. Abbiamo proposto tramite Groupon una tagliata in offerta con un antipasto. E lì ci siamo scontrati con una realtà abbastanza irreale: hanno scritto che la nostra carne è riscaldata più volte, c’è gente che mangiava solo il pezzettino di carne cotta e si lamentava di essere stata truffata. Da qui ne sono conseguite delle recensioni fortemente negative, e questo ha influito sui miei affari. C’è chi

compra la tagliata di carne e poi vuole mangiare la grigliata di pesce; quando gli dici di no, lo prende come un atto di stizza, e poi ti castiga, castigo via web». D'Amico si affretta ad aggiungere che «questa è solo una categoria di clienti. Il cliente va via di qua soddisfatto, e il cliente che va via soddisfatto è difficile che perda tempo a fare una recensione, perché su 850 coupon di tagliata che ho fatto ho avuto 27 giudizi catastrofici; se i rimanenti avessero fatto la loro referenza, questo problema non ci sarebbe». In realtà – come sottolinea Lorenzo Brufani, portavoce italiano di Tripadvisor – «la stragrande maggioranza delle recensioni su TripAdvisor sono positive e la media del punteggio relativo alle recensioni a livello globale è pari a 4 su 5.

Alcuni consigli

Tutti i proprietari hanno la possibilità di incoraggiare i propri clienti a scrivere una recensione su TripAdvisor e per semplificare questo processo possono iscriversi gratuitamente al Centro Gestione per approfittare dei vantaggi offerti dagli strumenti di marketing gratuiti a loro disposizione per incoraggiare le recensioni attraverso email, badge e widget integrabili nel proprio sito o stampabili su biglietti. Inoltre tutti i proprietari possono avvalersi dello strumento Risposte della Direzione che permette di ringraziare i recensori che hanno lasciato un commento positivo e di replicare con la propria versione alle recensioni non proprio positive, per tutti i potenziali clienti. Questo strumento dà ai proprietari l'ultima parola».

D'Amico solleva anche un'altra questione, quella dell'anonimità delle recensioni: "Chi fa un commento dovrebbe firmarsi, perché se andiamo a vedere i miei commenti ci sono anche forme discriminatorie anche abbastanza fastidiose. Ci sono recensioni fatte dopo 10,11 mesi, e mi risulta difficile che una persona si ricordi di fare una recensione su di un posto dove ha mangiato 10 mesi prima». Quella dell'attendibilità è una questione importante per esercenti, clienti, e soprattutto per lo stesso Tripadvisor: «per noi non c'è nulla di più importante dell'autenticità delle nostre recensioni. Abbiamo vari metodi e sistemi, che vengono spesso aggiornati e migliorati, per identificare qualunque contenuto che non risponda agli standard che abbiamo stabilito. Tutti i proprietari possono inoltre segnalare una recensione pubblicata che ritengono essere inappropriata e noi ci occupiamo di analizzare ogni singola segnalazione. Se viene identificata una recensione che non risponde alle nostre linee guida questa verrà rimossa». E per quanto riguarda l'anonimità, Brufani afferma: «se da una parte permettiamo che le recensioni vengano visualizzate in forma anonima (come la maggior parte dei siti internet), chiediamo al recensore di darci delle garanzie. Le persone che intendono scrivere una recensione su TripAdvisor devono iscriversi per postare una recensione, e fornire il proprio nome e indirizzo email, o effettuare l'accesso tramite il proprio account Facebook.

Le cose vanno meglio

Una volta scritta la recensione, gli utenti devono confermare che la recensione è basata sulla propria

esperienza e che rappresenta la propria genuina opinione relativamente alla struttura in questione, che non hanno un rapporto di business con la struttura e che non è stato loro offerto alcun incentivo o pagamento da parte della struttura per scrivere la recensione».

Da quando D'Amico ha iniziato a rispondere in prima persone alle recensioni negative e ad invitare i clienti a commentare, le opinioni sul Capolinea sono sensibilmente migliorate. Ciononostante, non sarà facile rifarsi un'immagine digitale per i ristoranti sul fondo della classifica. Per evitare che un'arma vincente come le recensioni online si ritorca contro i pubblici esercizi, servono almeno due ingredienti: più consapevolezza nell'utilizzo del sito da parte dei titolari, e sempre maggiori garanzie sull'attendibilità delle recensioni da parte dei portali che offrono questo servizio. Un orizzonte nell'interesse di tutti, ed in particolare dei consumatori.