

Guida al coinvolgimento dei clienti su TripAdvisor

Maggio/giugno 2017



Nuovi approfondimenti della ricerca sul coinvolgimento dei clienti su TripAdvisor

TripAdvisor non è solo il sito di viaggi più grande del mondo, è anche uno dei siti di ristoranti più grandi del mondo. Con una media di oltre 150 milioni di ricerche mensili di ristoranti*, TripAdvisor offre recensioni e opinioni che aiutano i consumatori a trovare e prenotare i posti migliori dove mangiare, a casa e in viaggio.

Per meglio comprendere cosa spinge i consumatori a scegliere un determinato ristorante, abbiamo analizzato i nostri dati interni, al fine di individuare il modo in cui i consumatori interagiscono con i contenuti delle pagine di TripAdvisor. La nostra ricerca ha analizzato come la quantità e l'attualità di recensioni, foto e contenuti della direzione influiscono sull'interesse e sul processo decisionale dei clienti potenziali.

La quantità e l'attualità delle recensioni coinvolgono i consumatori

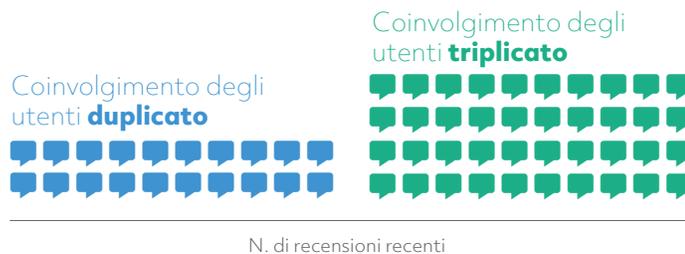
I ristoranti con oltre 20 recensioni ottengono il doppio del coinvolgimento rispetto a quelli senza recensioni.

La presenza di oltre 40 recensioni recenti triplica il coinvolgimento degli utenti di TripAdvisor.

I consumatori su TripAdvisor vogliono vivere le migliori esperienze gastronomiche. Spesso leggono più recensioni prima di scegliere dove mangiare. Di conseguenza, dedicano il doppio del tempo ai profili dei ristoranti con almeno 20 recensioni.

Inoltre, i consumatori di TripAdvisor sono particolarmente interessati alle recensioni recenti perché è più probabile che riflettano

l'esperienza che ci si può aspettare presso un ristorante. Quando un ristorante ha più di 40 recensioni recenti (raccolte nel corso degli ultimi sei mesi), ottiene il triplo del coinvolgimento rispetto ai ristoranti senza recensioni.



I consumatori apprezzano le repliche della direzione

I proprietari che rispondono alle recensioni vedono raddoppiare l'interazione dei clienti sulla pagina del loro ristorante su TripAdvisor.

La replica della direzione su TripAdvisor è considerata un indicatore positivo. Di fatto, dedicando il proprio tempo a leggere e rispondere al feedback ricevuto, il gestore dimostra di dare importanza all'esperienza del cliente. La nostra ricerca mostra che questo vale anche per i ristoranti: i gestori che rispondono alle recensioni ottengono il doppio del coinvolgimento sui loro profili TripAdvisor.

Le foto influiscono particolarmente sulle scelte dei clienti

I ristoranti con 11-20 foto ottengono il doppio delle interazioni con i clienti rispetto alle strutture senza foto.

I ristoranti con almeno una foto della direzione ottengono il 44% di coinvolgimento in più rispetto a quelli senza foto.

Le foto sono essenziali per aumentare il coinvolgimento dei clienti potenziali, che infatti apprezzano molto la possibilità di avere un'anteprima del ristorante e dei piatti che offre. Ecco perché le strutture con più di 10 foto ottengono il doppio del coinvolgimento rispetto a quelle senza foto.



La ricerca rivela anche che i ristoranti che pubblicano foto della direzione ottengono molte più interazioni con i clienti. Quando i gestori dei ristoranti presentano al meglio la propria struttura, pubblicando almeno una foto di alta qualità, attirano più clienti. I gestori possono scegliere la foto principale per il profilo della struttura e controllare come i clienti potenziali vedranno il ristorante nei risultati delle ricerche per destinazione.

È fondamentale che i dati della struttura siano completi

I ristoranti che includono gli orari di apertura sul profilo TripAdvisor ottengono il 36% di coinvolgimento in più rispetto a quelli che non lo fanno.

Per decidere dove mangiare, gli utenti di TripAdvisor hanno bisogno di dati aggiornati, come ad esempio l'orario di apertura. I ristoranti che pubblicano gli orari di apertura ottengono il 36% di coinvolgimento in più rispetto a quelli che non lo fanno.

La presenza di informazioni precise

sulla struttura è un fattore molto apprezzato dai consumatori.



Orari di apertura indicati



36% in più
di interazioni
con la pagina

In breve

I clienti potenziali vogliono sapere cosa aspettarsi da un ristorante prima di prenotare e sono attratti dai profili che offrono i contenuti giusti per scegliere l'opzione migliore.

La ricerca sul coinvolgimento dei clienti 2017 di TripAdvisor indica che i clienti potenziali dedicano più tempo alle pagine dei ristoranti con contenuti interessanti e pertinenti che li aiutino a decidere. I gestori dei ristoranti possono sfruttare questa tendenza gestendo attivamente i profili TripAdvisor, incoraggiando i clienti a scrivere nuove recensioni, rispondendo al feedback ricevuto, caricando foto aggiornate e assicurandosi che i dati sulla struttura siano correttamente pubblicati su TripAdvisor.

Grazie alla combinazione di questi elementi, i gestori possono creare un circolo virtuoso per coinvolgere maggiormente i clienti sul profilo del ristorante, ottenere più prenotazioni influenzando le decisioni dei clienti e, di conseguenza, ricevere più recensioni e foto. L'aumento di contenuti pubblicati stimola più coinvolgimento, rimettendo in moto il circolo. Tutto inizia con una gestione attenta del profilo del ristorante su TripAdvisor.



Come promuoversi su TripAdvisor

Pronti a promuovere il vostro ristorante su TripAdvisor?
Ecco alcuni consigli su come iniziare!

1. Registratevi al Centro Gestione per iniziare a collaborare con TripAdvisor

- Visitate il sito www.tripadvisor.it/Owners
- Cercate la vostra struttura
- Completate la procedura di registrazione

2. Considerate la raccolta di recensioni una priorità

- Dopo la registrazione, date uno sguardo al menu "Strumenti gratuiti" nel Centro Gestione
- Ordinate gli articoli promozionali di TripAdvisor, come gli adesivi e i biglietti da visita per il ristorante
- Aggiungete un widget di TripAdvisor al vostro sito web
- Usate lo strumento gratuito Recensioni Rapide per chiedere ai clienti precedenti di scrivere una recensione
Per saperne di più, visitate la pagina www.tripadvisor.it/ReviewExpress

3. Dimostrate ai clienti che ci tenete alla loro esperienza: rispondete alle recensioni

- Per scrivere una replica della direzione, selezionate "Rispondete alle recensioni" dal menu "Recensioni"
- Assicuratevi di ringraziare il recensore e di fargli sapere come userete i suoi suggerimenti per migliorare
- Questo aiuta anche a far comparire la risposta nella prima pagina delle recensioni, in modo che i clienti vedano subito che la struttura risponde senza dover scorrere più pagine

4. Caricate più di 10 foto della direzione

- Nel menu "Profilo", selezionate "Gestione foto" per caricare le immagini
- Scegliete foto dai colori vivaci, con vari soggetti (che mostrino diversi elementi del ristorante) e ad alta risoluzione, in modo che la visualizzazione sia ottimale sugli schermi di qualsiasi dimensione
- Una volta caricate le foto, accertatevi di impostare quella principale. Questa foto verrà mostrata nei risultati di ricerca e in altre posizioni su TripAdvisor



Come promuoversi su TripAdvisor

5. Confermate e aggiornate i dati della struttura

- Visitate il profilo del ristorante su TripAdvisor per esaminare i dati
- Per modificarli, selezionate "Modificate i dati sulla struttura" dal menu Profilo nel Centro Gestione
- Non dimenticate di aggiungere una descrizione del ristorante: è un modo semplice per convincere i clienti a sceglierlo

6. Considerate l'abbonamento a TripAdvisor Premium per i ristoranti

- Per differenziare ancora di più il ristorante dalla concorrenza, valutate l'acquisto di un abbonamento a TripAdvisor Premium per i ristoranti
- L'abbonamento offre l'accesso a strumenti esclusivi per migliorare la pagina, come lo Storyboard e la Recensione preferita, oltre ad analisi avanzate e molto altro
- Ulteriori informazioni su www.tripadvisor.it/Premium

"TripAdvisor ci ha aiutati a posizionare il nostro ristorante come un posto rinomato che serve cibi freschi e saporiti con un servizio di alto livello. Siamo riusciti a ottenere questo risultato grazie alle recensioni e ai punteggi postati dal pubblico di TripAdvisor, ovvero gli ospiti che ci hanno fatto visita. Tutto sommato, la percezione del nostro marchio è migliorata, determinando un fatturato decisamente più alto. Siamo davvero soddisfatti del risultato conseguito grazie agli strumenti di marketing offerti gratuitamente da TripAdvisor".



MURAT GÜNGÖR
Proprietario di WOK Christianshavn,
Copenaghen, Danimarca

Metodologia

La ricerca ha analizzato il numero di visualizzazioni delle pagine per sessione nel mese di marzo 2017 all'interno di un campione rappresentativo di ristoranti in tutto il mondo presenti su TripAdvisor. I risultati implicano una correlazione, non una causalità.