

linea diretta

PROFESSIONISTI AL SERVIZIO DELLA QUALITÀ



IMPASTI E
INGREDIENTI

INCHIESTA

FERRITORIO
CHE VAI PIZZA
CHE TROVI

UN'ESTATE
AL GLAMPING

ERBE E FIORI
NEL PIATTO



LE RECENSIONI ONLINE ECCO COME RISPONDERE

di Giacomo Pini*

Recensioni

Non è più come una volta, quando si temeva o si auspicava l'arrivo dell'ispettore delle guide gastronomiche. Ormai dietro a ogni cliente c'è una potenziale recensione e spesso fioccano i giudizi negativi (più o meno meritati e disinteressati). Quando e in che modo replicare

Siamo nel pieno della bella stagione: il sole che tramonta la sera sul tardi, le temperature che ci permettono di godere degli spazi all'aria aperta. Tutti fattori che fanno venire voglia di prendere un aperitivo in più, anche durante la settimana, o di andare a provare i prodotti freschi di un agriturismo in collina. "Bella stagione" significa quindi generalmente "più entrate" per un locale. Ma anche più clienti da gestire, da soddisfare. Farsi trovare impreparati? Il rischio di vedersi arrivare un mare di recensioni negative online è alto. Il che potrebbe compromettere facilmente la reputazione del locale stesso, se non si sa come gestirle.

"L'importante è che se ne parli". Davvero?

Quando si tratta di decidere l'indirizzo giusto, il consumatore medio si trova di fronte a una vasta gamma di opzioni. Come fa a scegliere? Se dalle sue conoscenze, amici, colleghi e parenti, non ottiene alcun feedback rispetto a un ristorante nello specifico, certamente ricorrerà al web per raccogliere tutte quelle informazioni che potrebbero aiutarlo nella

scelta. Ed è qui che le recensioni risultano fondamentali. Soprattutto per un'attività locale: aiutano a generare fiducia e influenzano la decisione finale dell'utente. Recenti studi dimostrano infatti come, dopo la pandemia, questo fattore sia diventato ancora più rilevante.

Che si tratti di opinioni positive o negative, un locale deve sempre prestare attenzione a ciò che i clienti scrivono online rispetto all'esperienza vissuta. La regola d'oro del web per la gestione dei feedback ottenuti vuole che si debba rispondere. Sempre e comunque. Soprattutto se il voto ricevuto risulta negativo e non rispecchia la reale verità.

**Croce e delizia estiva
più clienti, più giudizi**

Se la bella stagione coincide con l'alta stagione, probabilmente non ci sarà bisogno di cercare qualche segreto per ottenere più recensioni: queste fioccheranno da sole, senza che venga chiesto nulla. Ma per evitare che da 100 coperti in più ne vengano serviti 100 in meno, è meglio sapere come sfruttare a pieno la reputazione che un locale si sta creando online

per migliorare il servizio, aumentare la soddisfazione del cliente e – indovina un po'? – incrementare le entrate. Il segreto è cercare di moltiplicare la positività, anche laddove essa non risulti presente. Per intenderci: un cliente ha espresso un'opinione negativa? Risulta fondamentale rispondere tempesti-

vamente e in maniera gentile, vestire i suoi panni e, se si ha effettivamente sbagliato qualcosa, rimediare ai propri errori. Al contrario: ha vissuto un'esperienza da 5 stelline e lo ha voluto far sapere allo staff del locale così come a tutti gli altri utenti sul web? Benissimo, allora bisogna ringraziarlo e invitarlo

a tornare, personalizzando la risposta per renderla più sincera e autentica. La risposta alle recensioni è basilare per influenzare la percezione del valore che un cliente – attuale o potenziale – si crea rispetto al locale, in quanto determina la sua predisposizione a tornarci o a entrarci per la prima volta.

SOLO AL 4% DEI CLIENTI NON INTERESSA LEGGERE LE CRITICHE

Secondo un recente studio, la totalità dei consumatori tende a cercare le opinioni di altri utenti online sulle attività geograficamente vicine a lui, anche più di una volta a settimana. Gli utenti non di rado esprimono giudizi "estremi", positivi o negativi. A proposito di piattaforme, in crescita l'utilizzo di Google e Yelp, in calo Facebook; seguono TripAdvisor e Trustpilot.

- **4%**, è la percentuale dei consumatori che non ritiene rilevanti le recensioni al fine di prendere una decisione. Rispetto ad altri settori, quello legato alla somministrazione di cibo e bevande registra la più alta percentuale di consumatori per cui leggere le recensioni online di altri utenti risulta importante.
- **75%**, è il dato dei consumatori che ritiene più rilevante la recensione scritta mentre per il 58% basta un punteggio alto a livello di stelline.
- **Più della metà** dei consumatori apprezza se il titolare dell'attività risponde alle recensioni, sia che esse siano positive che negative.

Fonte: Bright Local, Local Consumer Review Survey 2022

PREVENIRE GLI ERRORI E SE CAPITANO CORREGGERLI SUBITO

Per arrivare ad avere il massimo delle stelline nella propria scheda su Google, Facebook, Yelp o TripAdvisor bisogna lavorare bene. L'unico modo, infatti, per evitare recensioni negative è quello di garantire il massimo livello di soddisfazione per ciascun cliente che varca la soglia del locale. Ora, le "serate no" capitano a tutti: personale di sala ridotto, la cucina che si ingolfa dietro alle tante comande arrivate tutte insieme, l'ospite impossibile, il condizionatore che non funziona bene. Eppure, si può ricorrere a una serie di soluzioni capaci di ridurre al minimo l'impatto negativo di imprevisti e situazioni spiacevoli e il rischio di perdere per sempre un cliente:

- 1. Organizzati per tempo:** riconosci i tuoi punti deboli e lavoraci su. Se, ad esempio, il tuo servizio fatica a gestire gli arrivi negli orari di punta e la gente si lamenta per l'attesa, richiedi la prenotazione e allestisci un'area relax.
- 2. Forma lo staff e crea delle linee guida:** ogni addetto dev'essere in grado di applicare un problem solving veloce ed efficace e trovare sempre un piano b. Se anche si commette qualche errore, il cliente rimarrà stupito dalla capacità di correggerlo.
- 3. Prepara un piccolo manuale** da consultare ogni qualvolta dovrai rispondere alle recensioni ma avrai pochissimo tempo per farlo: linee guida, regole da rispettare, modelli di risposta da personalizzare al momento della pubblicazione.
- 4. Impara ad ascoltare:** non prenderla mai sul personale quando ti criticano, condividi i tuoi successi quando ti elogiano. I feedback che riceverai ti aiuteranno a fare luce su pregi e difetti del locale, consentendoti di migliorarlo e aumentarne le performance.