

L'importanza delle recensioni su internet

di

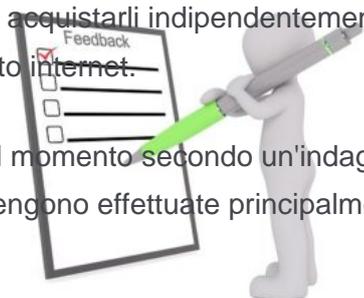
Publicato il 22 Settembre 2018

Sempre più persone ricorrono a internet per cercare informazioni prima di effettuare i propri acquisti. Che valore dare alle recensioni? E quali i rischi?

Cercare Online per comprare anche Offline

Recensioni: sempre più persone ricorrono ad internet per cercare informazioni sui prodotti/servizi prima di acquistarli indipendentemente dal fatto che l'acquisto avvenga presso un negozio fisico o presso un sito internet.

Al momento secondo un'indagine DOXA su mandato dell'agenzia FIND, le ricerche pre-acquisto vengono effettuate principalmente in [Amazon](#) e a seguire in Google.



Ma cosa guardano le persone in queste ricerche?

Le persone, sempre più attraverso il ricorso agli smartphone, cercano prezzi e promozioni comparando i prodotti/servizi per caratteristiche offerte.

Si informano sulla marca, sul venditore, sulle modalità di spedizione, i servizi inclusi (ad esempio se con la consegna viene fatta l'installazione), le garanzie, la gestione dei resi, i tipi di pagamenti.

Le stelle assumono sempre più valore



Un altro fattore chiave viene sempre più considerato: cosa ne pensano gli altri acquirenti che sono già entrati in possesso del prodotto/servizio.

Secondo un report di Ecommerce Foundation le c.d. recensioni online assumono in Europa un fattore determinante nell'acquisto, per ordine di importanza secondo solo al prezzo e alle caratteristiche del prodotto.

Attenzione al business illegale

Un fattore che influenza così tanto il comportamento d'acquisto non sfugge oramai più all'attenzione dei Brand, dei Produttori, dei Venditori e purtroppo anche dei malfattori.

Ecco che le recensioni possono diventare oggetto di "combine" nei siti più importanti, con più alto traffico e visibilità, nonostante lo sforzo di "pulitura" delle diverse piattaforme.

Recentissima la notizia di un'indagine che riguarda dipendenti di Amazon (in particolare Cina) che in cambio di denaro da parte di venditori rimuovevano recensioni scomode oltre che fornire dati interni per migliorare le vendite.

Ha fatto scalpore anche la notizia della conclusione di un procedimento penale con esito di colpevolezza che ha interessato il titolare di un'azienda che postava false recensioni dietro corrispettivo sulla piattaforma Tripadvisor: per arrivare a tanto è stato necessario lo sforzo combinato della piattaforma, delle segnalazioni dei "clienti" avvicinati dal soggetto incriminato e naturalmente l'intervento della Polizia Postale.

Come riconoscere le false recensioni?

Un atto che anche se di buon esempio, pone l'attenzione su quella che dovrebbe essere una rivalutazione delle politiche di recensione che vengono offerte dalla diverse piattaforme: individuare

soluzioni tecniche "a monte" per vanificare i tentativi di frode.

Come detto anche Amazon è oggetto di traffico di recensioni "forzate" e nonostante lo sforzo costante negli anni (tra cui controlli incrociati di dati tra recensori e venditori) sembra al momento poter fare ben poco su quelli che sono gli esiti di accordi sviluppati all'interno di gruppi social creati appositamente.

In questo caso le combine mirano soprattutto ad esaltare il prodotto, ma può capitare anche l'accordo per una recensione negativa per sminuire la concorrenza.

Per i consumatori risulta molto utile ricorrere a strumenti online che analizzano con degli appositi algoritmi l'attendibilità delle recensioni del prodotto: ReviewMeta e Fakespot

Questi strumenti scremano le recensioni manipolate con alta probabilità di successo, restituendo al consumatore una media recensioni molto vicino alla realtà.

Per le aziende un'area da presidiare e valorizzare

Per chi è interessato alla reputazione del proprio prodotto o servizio diventa fondamentale entrare in contatto con le opinioni delle persone, non solo aprendo canali diretti di comunicazione (blog o social) opportunamente messi a disposizione ai propri clienti.

Pianificare ed avviare azioni volte a monitorare le recensioni su siti di terzi (non solo di vendita ma anche [forum di discussione](#)) può rivelarsi un'ottima strategia in particolare nel verificare le recensioni negative: non necessariamente per "scomunicare" chi recensisce male il proprio prodotto (non è detto che sia in malafede) ma per dimostrare una volta di più l'attenzione volta al consumatore e raccogliere indicazioni di miglioramento.

Non a caso per molti acquirenti la fiducia in un'azienda/brand dipende da come vengono gestite le notizie/recensioni negative: un elemento secondario rispetto solamente alla facilità con cui si può entrare in contatto con l'azienda stessa.

Marco Bonotto

22 settembre 2018