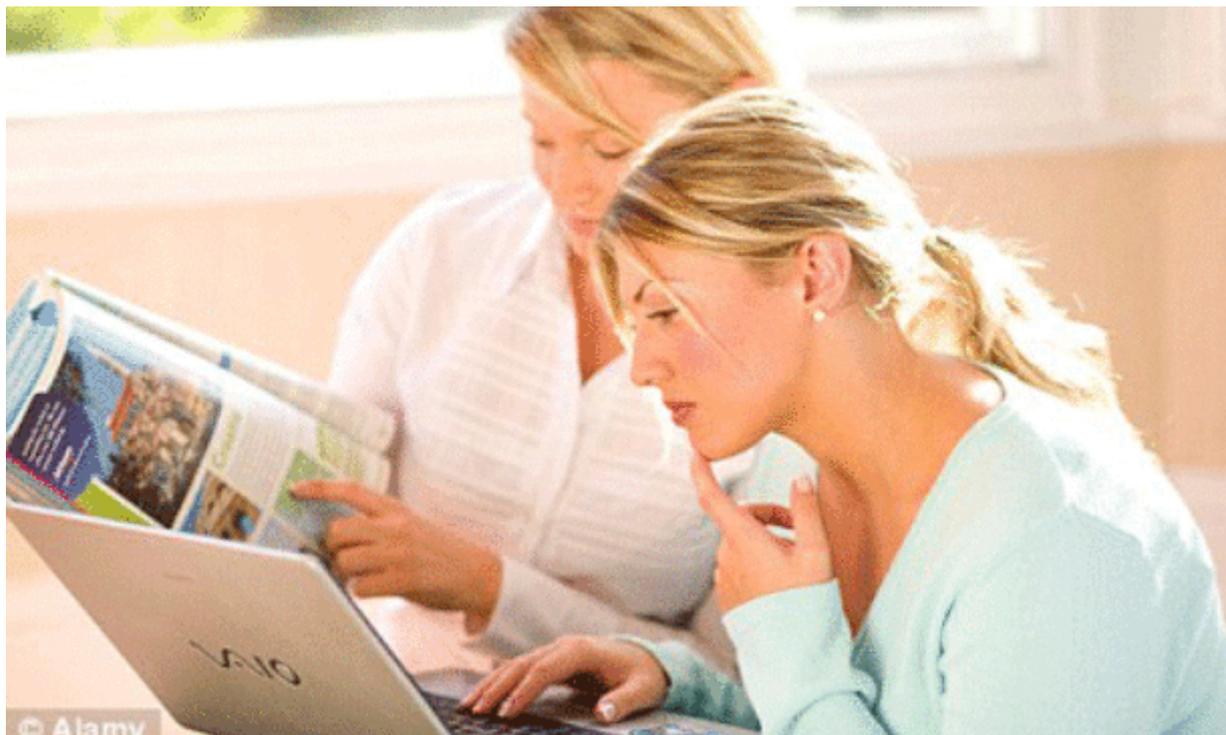


## Le recensioni online influenzano le decisioni di prenotazione dei viaggi

notizia pubblicata **16 Luglio 2019** alle ore **11:30** nella categoria **Curiosita'**



TripAdvisor ha annunciato i risultati di uno studio che rivela quanto le recensioni influenzino significativamente le decisioni di prenotazione. Per lo studio globale, condotto in partnership con Ipsos MORI, sono stati intervistati più di 23.000 utenti di TripAdvisor provenienti da 12 mercati (4.572 dei quali dall'Italia) sull'utilizzo delle recensioni online e sul loro ruolo durante la fase di prenotazione di hotel, ristoranti ed esperienze.

Lo studio rivela che la saggezza popolare rimane la ragione per cui gli intervistati visitano TripAdvisor: tra i motivi principali che portano a consultare il sito, gli utenti che hanno partecipato allo studio citano le recensioni descrittive e utili (70%), l'accuratezza dei contenuti (62%) e l'ampia gamma di contenuti di viaggio (62%). Considerando le recensioni di hotel, ristoranti e attrazioni, 4 partecipanti su 5 (85%) dichiarano che le recensioni che leggono su TripAdvisor riflettono accuratamente la loro esperienza e l'86% è d'accordo sul fatto che TripAdvisor li faccia sentire più sicuri nel prendere decisioni di prenotazione.

“Questi risultati mostrano quanto sia importante per i viaggiatori avere a disposizione opinioni reali di persone reali durante la pianificazione dei loro viaggi – ha detto Becky Foley, Sr. Director, Trust and Safety at TripAdvisor – Nonostante ci siano migliaia di luoghi online dove trovare informazioni di viaggio, le persone continuano a tornare su TripAdvisor perché qui vengono guidati dalle recensioni e possono

pianificare con sicurezza i viaggi più adatti a loro”.

I risultati mostrano che le recensioni dei viaggiatori rimangono una fonte di informazione da consultare: il 72% dei rispondenti legge le recensioni sempre o spesso prima di decidere dove dormire e mangiare o cosa fare in viaggio. La percentuale è ancora più alta quando si tratta di prenotare l'alloggio, con 4 partecipanti su 5 (81%) che sempre o spesso leggono le recensioni prima di prenotare una struttura in cui soggiornare. Quasi 8 utenti di TripAdvisor su 10 (79%) sono più propensi a prenotare un hotel con un punteggio medio più alto quando devono scegliere tra due strutture simili e oltre la metà (52%) è d'accordo nel dire che non prenoterebbe mai un hotel che non ha recensioni.

Durante la ricerca dei loro viaggi, i partecipanti allo studio indicano che quando leggono le recensioni la cosa più importante per loro sono i contenuti attuali. Vogliono sapere che ciò che leggono sia una prospettiva fresca di un “collega” viaggiatore e, infatti, il 78% si concentra maggiormente sulle recensioni recenti. Gli utenti di TripAdvisor prendono decisioni ragionate: quasi 4 rispondenti su 10 (39%) dichiarano di ignorare i commenti estremi e più della metà (55%) legge molte recensioni su diverse pagine per avere un senso generale dell'opinione delle altre persone. In media, gli utenti di TripAdvisor leggono 9 recensioni prima di decidere quale hotel o ristorante prenotare.

I risultati della ricerca enfatizzano il fatto che TripAdvisor non sia un luogo in cui le persone si lamentano: alla domanda su quali siano le motivazioni per scrivere una recensione e condividere le proprie storie su TripAdvisor, la ragione principale citata dall'87% dei rispondenti è che vogliono condividere esperienze positive con altri viaggiatori. Questo dato è ulteriormente supportato dal punteggio medio globale delle strutture su TripAdvisor che nel 2018 è stato di 4.22 su 5.