



NOTIZIE DIGITALI

PID - Punto Impresa Digitale / #11 - 11.2023

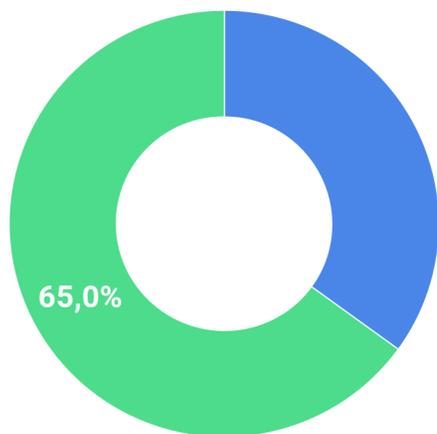
FOCUS MARKETING

Credibilità aziendale: come costruirla

Come guadagnare la fiducia dei propri clienti,
verificare quanto si trova online e gestire
correttamente le recensioni



*Foto di Towfiqu barbhuiya su Unsplash



Il **65%** degli utenti non visiterebbe aziende con valutazione ★<3.5/5

I consumatori di oggi fanno **scelte sempre più consapevoli ed informate** perché sono più esigenti rispetto al passato, quindi ignorare l'impatto delle **recensioni** o non utilizzarle correttamente, potrebbe rappresentare un errore difficilmente recuperabile.



43% 55-64enni non visiterà un'azienda con ★<4



29% 18-24enni non visiterà un'azienda con ★<4

Perché le recensioni hanno un ruolo centrale?

🗨️ **FIDUCIA E CREDIBILITÀ** fonte di informazioni imparziali e non sponsorizzate e gli utenti si fidano di altre persone che hanno già utilizzato prodotto/servizio.

🔍 **ORIENTAMENTO NELLE DECISIONI** orientamento pratico per confrontare diverse opzioni e prendere decisioni informate e offrono dettagli specifici su vantaggi, svantaggi, caratteristiche del prodotto/servizio.

💰 **IMPATTO DIRETTO SULLE VENDITE** recensioni positive influenzano positivamente le vendite, mentre le **recensioni negative** dissuadono potenziali clienti.

📈 **FEEDBACK PER LE AZIENDE** feedback per le aziende per comprendere meglio le aspettative dei consumatori, rilevare problemi/aree di miglioramento, valutare l'efficacia delle strategie di marketing.

🗣️ **DIVERSITÀ DI OPINIONI** varietà di opinioni per consente ai consumatori di avere una visione più completa e bilanciata di un prodotto/servizio.

Quando si parla di feedback e opinioni degli utenti, è importante tenere presente che **non tutte le recensioni online sono autentiche o rappresentative della realtà**. Alcune **recensioni potrebbero essere false o manipolate**, quindi si consiglia di valutare criticamente le informazioni raccolte dalle recensioni online:

RECENSIONI RAVVICINATE chi pubblica più recensioni in un breve lasso di tempo, soprattutto se sono decisamente favorevoli o estremamente negative.

LUOGO DELLA RECENSIONE da dove proviene una recensione, "la stessa località? ad esempio per gli hotel", potrebbe indicare che si tratta di un concorrente e non un cliente scontento.

DATA DELLA RECENSIONE se una recensione viene pubblicata prima del rilascio del prodotto/servizio in questione, o quando il servizio non è più erogato magari per ragioni di stagionalità, è probabile che non sia autentica.

VERIFICARE ALTRE RECENSIONI controllare anche altre recensioni sulle altre piattaforme rispetto a quella di partenza.

CONTROLLARE PROFILO UTENTE controllare il numero di recensioni, se il profilo è verificato o meno, leggere il tenore delle altre recensioni pubblicate. Se le uniche recensioni sono elogi o reclami per un particolare luogo/prodotto, è probabile che non siano vere.

RECENSIONI DISTRUTTIVE recensioni che "distruggono un prodotto/servizio" consigliandone subito un altro, è probabile che non siano vere.

Solitamente il cliente **non pensa spontaneamente a lasciare una recensione**, quindi quanto sarà facile che la pubblicherà dopo **un solo incoraggiamento** da parte dell'azienda?

 **74% Boomers** 63-77y

 **70% Gen X** 44-62y

 **62% Millennials** 27-43y

 **61% Gen Z** <27y

Per richiedere una recensione è importante scegliere il **metodo** e lo **strumento più adatto**, tenendo conto del tipo di attività che si svolge e soprattutto della tipologia di clientela a cui ci si rivolge:

PER CHI HA UN'ATTIVITÀ FISICA

1) **stimolare il cliente quando è ancora in negozio** → vicino alla cassa, quando chiede il conto, tramite tablet, totem,...

2) **subito dopo il passaggio in negozio** → agire quando l'entusiasmo e il ricordo dell'esperienza sono ancora freschi

ALLA FINE DI UN PERCORSO

di un progetto o del tempo di utilizzo di un prodotto → se i servizi offerti non hanno un risultato immediato sarà quando avrà avuto il tempo di vedere e valutare l'impatto del tuo lavoro.

 **QR code** → su menu, scontrino, buste...

 **SOCIAL MEDIA**

 **INVIARE UN SMS-WHATSAPP O EMAIL**

 **SITO WEB** in tutti i momenti strategici e positivi del customer journey

→ dopo l'esperienza di acquisto, inserire un chiaro invito all'azione con il link diretto al luogo dove lasciare le recensioni

Può capitare però, che un utente lasci una **recensione negativa**.

Rispondere correttamente permetterà di chiarire **se l'esperienza è stata effettivamente causata da un errore dell'azienda oppure è imputabile ad aspettative eccessive o completamente sbagliate del cliente**.

UNA BUONA GESTIONE DELLE RECENSIONI NEGATIVE PUÒ CAMBIARE COMPLETAMENTE LA PERCEZIONE DEGLI UTENTI SULL'AZIENDA!

IMPORTANTE NEL REPLICARE ALLE RECENSIONI NEGATIVE:

-  non condividere info e dati personali dell'utente
-  non attaccarlo personalmente
-  rispondere in maniera onesta su eventuali errori commessi
-  non assumersi responsabilità per fatti non dipendenti dall'azienda
-  è comunque consigliabile porgere le proprie scuse al cliente, anche solo per un fraintendimento
-  mostrarsi concilianti, pacati e non astiosi
-  per trasmettere un'immagine di maggiore autenticità, è bene firmare la recensione col proprio nome o con la propria sigla
-  è decisivo rispondere in maniera tempestiva

di Giulia Bernini e Nicolò Mora



I servizi del PID

INCONTRI FORMATIVI E MATERIALE INFORMATIVO

EVENTI E SEMINARI gratuiti e aperti a tutti, sul digitale, sul digital marketing, sulle tecnologie abilitanti e sui contributi per investimenti 4.0

FOLLOW UP appuntamenti individuali, suggerimenti sulle implementazioni tecnologiche strategiche da attuare

NOTIZIE DIGITALI E GUIDE ogni mese nuovi articoli di approfondimento con focus sul mondo 4.0 e sul marketing digitale

ORIENTAMENTO VERSO IL NETWORK 4.0

Portale Atlante i4.0 elenco delle strutture, del Network Nazionale Impresa 4.0, che offrono servizi e strumenti a supporto dei processi di trasformazione digitale e di innovazione tecnologica 4.0

MENTORING servizio gratuito di accompagnamento individuale con i *Digital Mentor*, per assistere le imprese nella digitalizzazione dei processi, nell'adozione delle tecnologie e nell'adeguamento dei modelli organizzativi verso Impresa 4.0

WAY TO SOLUTION per cercare esperti del settore sulla base dei bisogni aziendali, dentro una banca dati proprietaria che contiene oltre 70mila brevetti pubblicati dall'EPO

ASSESSMENT 4.0: VALUTAZIONE DELLA MATURITÀ DIGITALE

SELF4.0 questionario di auto valutazione con Report su livello di maturità e benchmark di settore

ZOOM4.0 assessment guidato con Report su implementazioni e orientamenti verso network 4.0

DIGITAL SKILL VOYAGER questionario di autovalutazione personale con punteggio finale in hard/soft skills e attestato

CHECKUP SICUREZZA IT: GLI ASSESSMENT SULLA CYBERSECURITY

PID CYBER CHECK servizio gratuito, consiste nella compilazione autonoma di un test per la prima auto-valutazione del livello di rischio di un attacco informatico al quale l'impresa potrebbe essere esposta. Il Report contiene gli eventuali rischi in cui l'azienda può imbattersi, restituendo anche una stima del danno economico derivante dai possibili attacchi

CYBER EXPOSURE INDEX questo assessment (costo 55€+iva) consiste in un'analisi passiva effettuata su sito web ed email con dominio aziendale. Prevede l'elaborazione di due analisi ognuna a distanza di 6 mesi, i Report riveleranno la quantità dei servizi esposti su internet, l'elenco delle vulnerabilità potenziali sfruttabili dall'esterno (già note ai cybercriminali) e le fughe di dati (data leakage) relative ad utenze e password legate all'azienda

PROGETTO MIR: IL MATCHING TRA IMPRESE E RICERCA PUBBLICA

si focalizza sulle esigenze di innovazione delle imprese: dalla Piattaforma MIR si attiva la collaborazione con i ricercatori del CNR e dell'ENEA per individuare nuove soluzioni tecnologiche integrando la ricerca pubblica ed il sistema produttivo

BANDI DI CONTRIBUTO PER L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA E DIGITALE

dettagli e modulistica per la partecipazione alle misure di contributo per l'implementazione tecnologica e digitale delle aziende

PREMIO "TOP OF THE PID"

premia i progetti delle imprese che innovano prodotti o modelli di business grazie all'utilizzo delle tecnologie digitali. Per i vincitori sono previsti dei premi per la valorizzazione del proprio progetto

scopri di più su: www.pno.camcom.it/digitale/pid



Camera di Commercio Monte Rosa Laghi Alto Piemonte
Servizio PID - Punto Impresa Digitale
www.pno.camcom.it/digitale/pid - pid@pno.camcom.it