partoo

Barometro 2025

La Visibilità e Reputazione Online delle Aziende Italiane

INDICE

- Introduzione
- Metodologia

01 **L’importanza della visibilità online**

- Comprendere la visibilità online nel 2024
- La nostra Hall of Fame digitale
- Dietro le quinte del successo: Tecnomat svela la sua strategia

02 **Il potere della reputazione online**

- Reputazione: aumenta i tuoi profitti, conquista nuovi clienti
- Le migliori 10 aziende con la miglior reputazione
- Voci di successo: strategie per una reputazione online perfetta

03 **Il potenziale dei settori di rilievo**

- Le sfide nelle raccolte delle recensioni
- Tempismo e strategia per richiedere le recensioni
- La miglior reputazione online per settore

Introduzione

Caro Lettore,

Benvenuto all'edizione 2025 del Barometro della Presenza Online e della Reputazione di Partoo. Per questa quarta edizione, siamo lieti di presentarti un'analisi approfondita del panorama in continua evoluzione della presenza digitale e della reputazione online, pensata per offrire supporto alle aziende di tutto il mondo.

Il 2024 è stato un anno caratterizzato da rapidi progressi e sfide, in particolare nel campo della tecnologia. Uno degli sviluppi più rilevanti è stata l'integrazione dell'intelligenza artificiale, che ha trasformato in modo significativo le modalità con cui le aziende interagiscono con i propri clienti e rispondono alle loro esigenze. L'IA non è solo uno strumento: sta diventando un componente essenziale per le aziende che vogliono rimanere competitive e agili, prendere decisioni basate sui dati, gestire i feedback e ottimizzare la propria presenza online.

Attraverso questo Barometro, miriamo a fornire preziose informazioni sui principali fattori di successo online, evidenziando parametri di riferimento e dati pratici per le aziende che desiderano migliorare la propria impronta digitale. Analizzando le basi di una solida strategia di SEO locale e valutando l'impatto diretto delle recensioni dei clienti e del coinvolgimento digitale, speriamo che questa guida diventi un pilastro per la crescita della tua azienda.

Il nostro impegno è fornirti strumenti pratici e approfondimenti utili per affrontare con sicurezza le complessità del mondo digitale di oggi. Siamo entusiasti di vedere come la tua azienda potrà sfruttare questi risultati per ispirare il cambiamento e guidare il successo nell'anno a venire.

Ti auguriamo un anno di crescita e una forte presenza digitale.



Thibault Levi-Martin
Fondatore & Co-CEO

Thibault Renouf
Co-CEO

La nostra metodologia

Abbiamo calcolato le classifiche per il Barometro Partoo 2025 analizzando i dati provenienti da 22 636 punti vendita nel mercato italiano, relativi a 83 clienti di Partoo che hanno ricevuto complessivamente 689 623 recensioni dei clienti su Google Business Profile nel 2024.

Abbiamo selezionato clienti che nel 2024 avevano tutti sottoscritto i prodotti di Presence Management e Review Management di Partoo.

Abbiamo esaminato tutti i dati per assicurarci che rappresentino la realtà al 31 dicembre 2024.

83
Clienti Partoo

+689k
recensioni

22 636
punti vendita

2024
lasso di tempo

I nostri criteri di classificazione

Classifica SEO Locale

La classifica è calcolata utilizzando quattro metriche chiave, ognuna con un peso specifico:

- Numero di visualizzazioni della scheda Google (40%)
- Numero di richieste di indicazioni stradali dalla scheda Google (20%)
- Numero di visite al sito web provenienti dalla scheda Google (20%)
- Numero di chiamate avviate dalla scheda Google (20%)

Classifica Reputazione Online

La classifica è calcolata utilizzando quattro metriche chiave, ognuna con un peso specifico:

- Valutazione media dei clienti sulla scheda Google (30%)
- Numero di recensioni ricevute sulla scheda Google (25%)
- Tasso di risposta alle recensioni da parte del proprietario della scheda Google (20%)
- Tempo medio di risposta alle recensioni da parte del proprietario della scheda Google (15%)
- Varietà delle risposte (10%)

01

L’importanza della visibilità online

01

Comprendere la presenza online nel 2024

Nel 2024, una solida presenza online è passata dall'essere un vantaggio competitivo a uno standard imprescindibile, influenzando ogni aspetto, dall'acquisizione dei clienti alla crescita a lungo termine. Per le aziende, distinguersi non significa semplicemente essere presenti online, ma costruire strategicamente una presenza che catturi l'attenzione, trasmetta fiducia e favorisca un'interazione fluida con i clienti.

AFFRONTARE LE PRINCIPALI DIFFICOLTÀ DELLA VISIBILITÀ ONLINE

Stabilire una presenza online coerente e solida è una sfida complessa, resa ancora più difficile dal panorama digitale in continua evoluzione. Una delle principali difficoltà per le aziende risiede nel gestire i cambiamenti degli algoritmi e nel rimanere aggiornate sulle migliori pratiche specifiche delle piattaforme, che influenzano direttamente la visibilità. **Questo aspetto diventa particolarmente cruciale su piattaforme come Google, dove la visibilità non è garantita, ma deve essere conquistata e mantenuta attivamente.**

Un altro ostacolo è la gestione delle interazioni con i clienti su più punti di contatto digitali. Le recensioni, i messaggi sui social media e le richieste tramite le schede Google possono rapidamente sopraffare le aziende, soprattutto quando mancano di sistemi efficienti per gestirle. La capacità di rispondere prontamente e professionalmente ai feedback dei clienti influisce direttamente sulla percezione del marchio e sulla reputazione, il che significa che le aziende hanno bisogno di strumenti solidi e integrati per tenere sotto controllo le comunicazioni con i clienti.

ANALISI SULLE RICERCHE E COMPORTAMENTI DEI CONSUMATORI

Con l'evolversi del mondo digitale, i dati confermano quanto la presenza online sia ormai centrale nei comportamenti dei consumatori. Gli studi rivelano che l'88% degli utenti Internet cerca informazioni sulle aziende su Google prima di prendere decisioni, evidenziando l'importanza di un profilo ben curato e ottimizzato per Google.

In un mondo in cui le prime impressioni avvengono spesso tramite i risultati di ricerca, le aziende con profili curati, completi e coinvolgenti hanno un chiaro vantaggio.

Inoltre, con la continua crescita delle ricerche da mobile, i consumatori si aspettano sempre più informazioni localizzate e aggiornate in tempo reale su prodotti e servizi nelle vicinanze. Garantire che gli orari, i dettagli di contatto e le opzioni di servizio siano accurati su tutte le piattaforme è fondamentale, in quanto eventuali discrepanze possono portare a opportunità perse e a una diminuzione della fiducia.

TREND DIGITALI CHE HANNO PLASMATO IL 2024

Guardando al quadro generale, diverse tendenze evidenziano l'importanza di una strategia online integrata nel 2024:



Ricerca vocale e visiva

Con un numero sempre maggiore di utenti che si affida ai comandi vocali e agli strumenti di ricerca visiva, le aziende dovrebbero adattare i propri contenuti affinché siano facilmente rintracciabili attraverso questi metodi.

Ciò implica ottimizzare le frasi chiave in linea con il **linguaggio naturale** e assicurarsi che le immagini siano etichettate e descritte in modo efficace per garantirne la visibilità nella ricerca visiva.



SEO Locale e Ricerche geolocalizzate

L'attenzione di Google sui risultati locali significa che le aziende possono trarre grandi vantaggi da un profilo Google Business Profile ottimizzato.

Le **ricerche di prossimità**, o ricerche di attività “vicino a me,” hanno registrato un’impennata di popolarità, con i clienti che si aspettano risultati immediati e pertinenti basati sulla loro posizione.



Personalizzazione e interazione clienti guidata dall’IA

La personalizzazione è fondamentale per distinguersi nel rumore generale.

Le aziende stanno sfruttando sempre più gli strumenti di intelligenza artificiale per adattare le interazioni con i clienti, utilizzando i dati per offrire raccomandazioni più pertinenti, offerte personalizzate e un servizio più efficente.

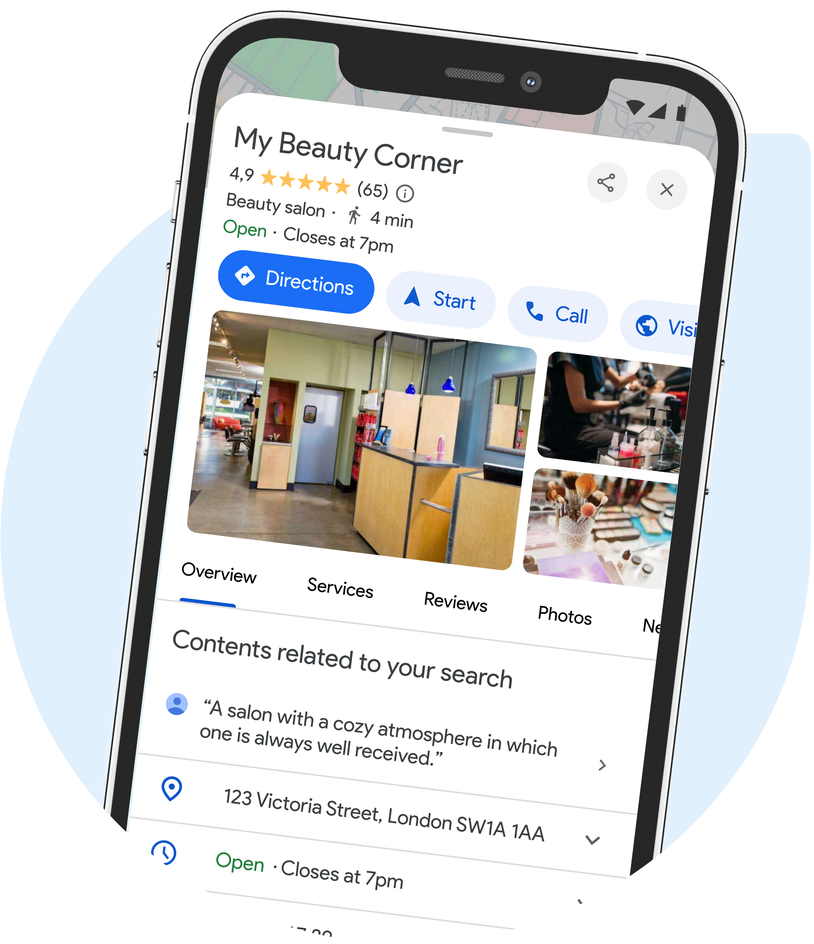
CONCLUSIONE:

L’impatto del Google Business Profile

Se esaminiamo gli elementi di una visibilità online efficace, il profilo dell’attività su Google si rivela uno strumento fondamentale per le aziende nel 2024.

Più che un semplice elenco, la scheda Google è un **punto dinamico di interazione** con i clienti, che permette alle aziende di comunicare i loro valori, servizi e aggiornamenti in tempo reale.

Un profilo **completo e ottimizzato** può fare la differenza tra il catturare o perdere un potenziale cliente nello spazio digitale competitivo di oggi.



LA NOSTRA HALL OF FAME DIGITALE

Le 10 aziende di Partoo con la migliore SEO locale

1. Tecnomat
2. Leroy Merlin
3. Decathlon
4. Gruppo San Donato
5. Mediaworld
6. Cigierre
7. Il Gigante
8. Bennet S.p.A.
9. Euronics
10. Carrefour

Classifica basata sul numero di visualizzazioni della scheda, richieste di indicazioni, clic sul sito web e chiamate.

Menzioni speciali

AZIENDA CON PIÙ
CLIC SUL SITO WEB

43 486
clic/PdV*

AZIENDA CON MAGGIOR NUMERO DI
CHIAMATE

18 586
chiamate/PdV*

AZIENDA CON MAGGIOR NUMERO DI
RICHIESTE DI ITINERARIO

60 088
richieste/PdV*

*Punto di vendita

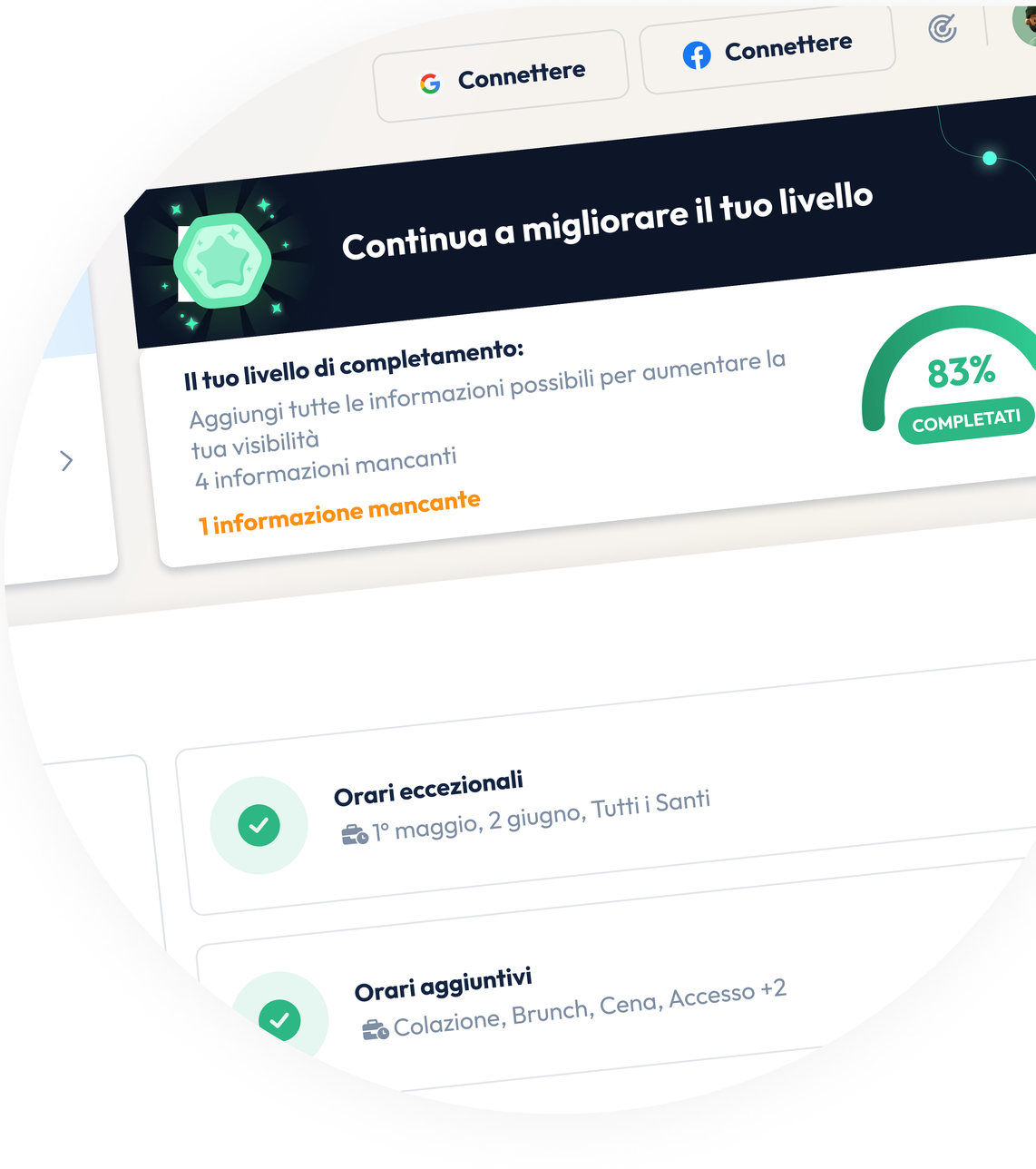
COS'È IL LIVELLO DI COMPLETAMENTO?

Il punteggio di completamento su Partoo svolge un ruolo cruciale nell'**ottimizzazione della SEO locale**, garantendo che tutte le informazioni necessarie sull'azienda siano compilate accuratamente e sincronizzate tra i principali annuari, motori di ricerca e siti di recensioni.

Un punteggio di completamento elevato **contribuisce** direttamente **alle prestazioni della SEO** locale, in quanto motori di ricerca come Google danno priorità ai profili con informazioni complete, coerenti e frequentemente aggiornate.

Questo punteggio evidenzia eventuali dettagli mancanti che potrebbero ostacolare la tua visibilità online, permettendoti di concentrarti sul completamento dei campi che influenzano il posizionamento nei motori di ricerca.

Mantenendo un profilo completo, le aziende non solo migliorano le loro possibilità di apparire nelle ricerche locali, ma aumentano anche la **fiducia e il coinvolgimento** del cliente, portando infine a un maggior traffico fisico e interazioni online.





Il consiglio dell'esperto Partoo

Invita i clienti a lasciare recensioni il **più dettagliate** possibile, menzionando i prodotti o i servizi che hanno utilizzato.

Parole chiave come queste aiutano l'algoritmo di Google a migliorare il posizionamento della tua attività nelle ricerche competitive e potrebbero apparire come **"giustificazioni"** : le spiegazioni di Google sul perché la tua scheda viene mostrata, rendendo così la tua azienda più visibile e rilevante nei risultati di ricerca locali.

VOCE DI SUCCESSO

Tecnomat svela la sua strategia

In che modo Partoo vi ha supportato nell'elaborare una strategia per affrontare le sfide uniche del vostro business?

Partoo è stato un partner strategico nel garantire una gestione efficace della nostra presenza digitale, specialmente durante la **fase di rebranding**. Grazie alla piattaforma, abbiamo potuto centralizzare la gestione delle schede Google dei nostri negozi, mantenendo **continuità e visibilità** anche durante il cambio di nome. Questo ci ha permesso di restare facilmente reperibili per i clienti sia professionali che privati, affrontando così con successo le sfide legate alla transizione del brand. Questa struttura centralizzata continua a supportarci nella gestione quotidiana e nell'ottimizzazione della nostra presenza online.

Come avete raggiunto questo risultato e quali strumenti di Partoo sono stati i più impattanti per il vostro business, e perché?

Gli strumenti più impattanti sono stati:

- **Presence Management**, che ci ha consentito di mantenere informazioni sempre aggiornate, migliorando la visibilità e l'esperienza del cliente.
- **Review Management,** che ci ha permesso di rispondere tempestivamente ai feedback, rafforzando la relazione con i clienti.

Questi strumenti continuano a essere fondamentali per mantenere una **relazione di fiducia** con i nostri clienti e monitorare la loro soddisfazione in modo costante.

Potete descrivere alcune best practice che avete trovato particolarmente utili nell'utilizzo degli strumenti di Partoo?

Le best practice che abbiamo consolidato nel corso dell'utilizzo della piattaforma includono:

- **Coinvolgimento dei team locali**: abbiamo lavorato con i negozi per sottolineare l'importanza delle recensioni, creando una cultura aziendale orientata al cliente.
- **Risposte tempestive e personalizzate**: abbiamo risposto alle recensioni entro tre giorni, mantenendo una gestione mista tra team locali e centrale, assicurando coerenza e rapidità.
- **Aggiornamento continuo delle schede**: garantendo informazioni sempre aggiornate, abbiamo migliorato la visibilità e l'esperienza cliente.

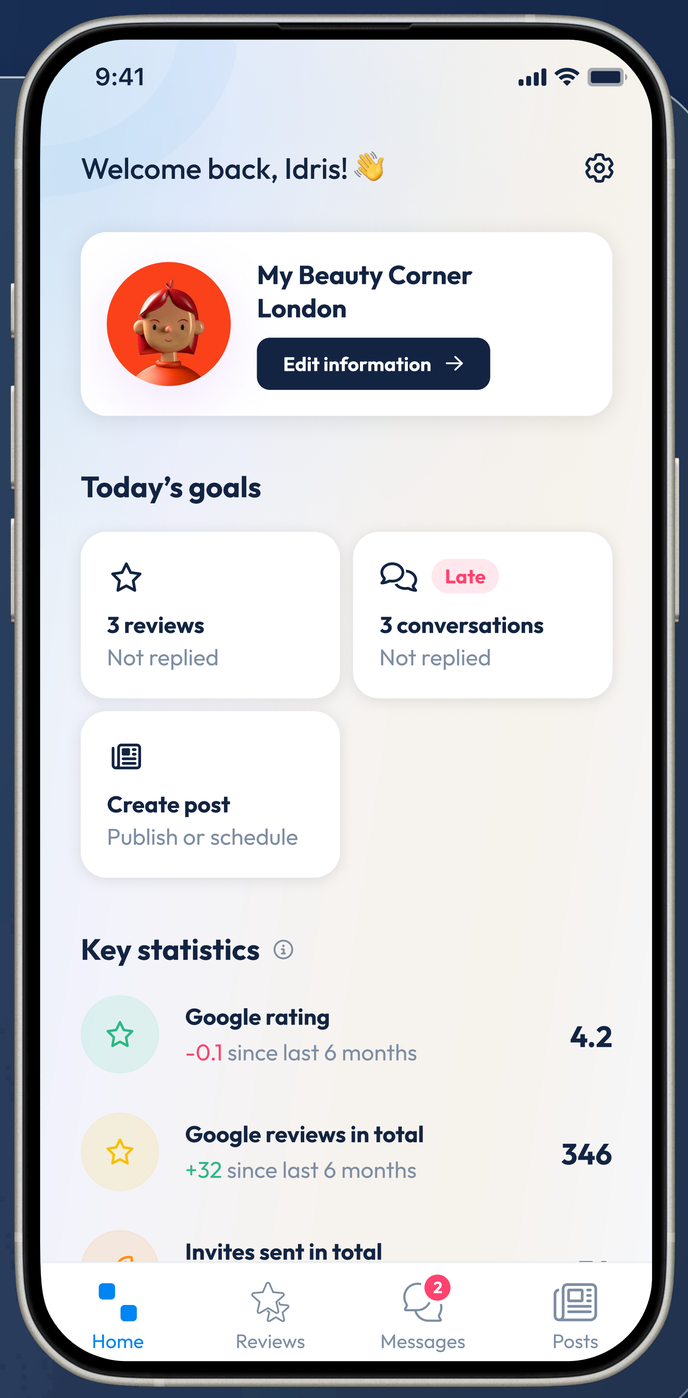
Questi approcci hanno rafforzato il nostro posizionamento come punto di riferimento per clienti privati e professionisti, consolidando la nostra identità nel mercato.

Costruisci una solida presenza online con partoo

Presence Management

Pubblica facilmente le informazioni riguardanti la tua attività attraverso **i migliori motori di ricerca, annuari, GPS e social network** — tutto in un solo gesto.

- **Controlla la tua impronta digitale:** Gestisci i dettagli online di ogni attività locale senza sforzi.
- **Mantieni i tuoi dati aggiornati:** Assicurati che le informazioni aggiornate siano condivise sulle piattaforme più importanti.
- **Modifica in tutta facilità:** Effettua aggiornamenti con pochi clic per garantire un'accuratezza in tempo reale ovunque.

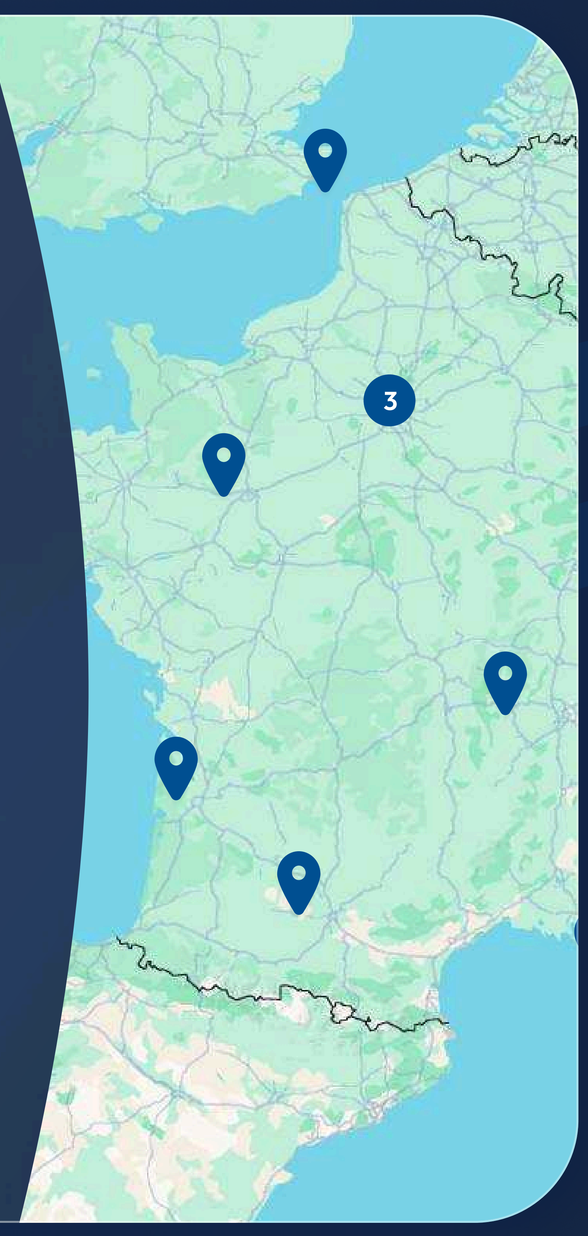


Store Locator

Aumenta le visite presso i tuoi punti vendita e **resta un passo avanti ai concorrenti nei risultati di ricerca**

Migliora la tua SEO locale con una mappa interattiva e pagine di negozio personalizzabili designate per catturare l'attenzione dei clienti.

- **Aumenta la tua visibilità:** Rendi facile per i clienti trovare i tuoi negozi con pochi clic.
- **Incrementa la tua strategia Drive-to-Store:** Trasforma le ricerche online in visite in negozio offrendo un'esperienza fluida e coinvolgente.



Richiedi una demo personalizzata!

Contattaci adesso

02

Il potere della reputazione online

02

Reputazione: aumenta i tuoi profitti, conquista nuovi clienti

Nel 2024, le recensioni online non sono solo un indicatore della soddisfazione dei clienti, ma un potente motore di ricavi e crescita. Per le aziende di tutti i settori, le recensioni sono diventate un elemento cruciale per la reputazione del marchio e l'acquisizione di nuovi clienti. Nel panorama digitale odierno, ogni recensione può influenzare significativamente la percezione dei consumatori, orientare le decisioni di acquisto e, in ultima analisi, incidere sui risultati economici di un'azienda.

Una solida reputazione online può attrarre nuovi clienti, poiché i potenziali consumatori tendono a fidarsi di più del feedback dei pari rispetto alla pubblicità tradizionale. Le aziende con recensioni positive registrano un maggiore coinvolgimento e fiducia, che si traducono in un **aumento delle conversioni e della fidelizzazione**, migliorando così la loro redditività.

LE SFIDE LEGATE ALLA GESTIONE DELLA REPUTAZIONE ONLINE NEL 2024

Mantenere un'immagine positiva nel mondo digitale di oggi comporta sfide uniche. Con l'enorme quantità di recensioni presenti su diverse piattaforme, garantire una reputazione costantemente positiva richiede più che un semplice monitoraggio dei feedback; bensì è necessario un **approccio proattivo e strategico.**

Le aziende si trovano ora ad affrontare il duplice compito di rispondere tempestivamente ai commenti dei clienti e affrontare anche le problematiche che emergono. La posta in gioco è più alta che mai, poiché la visibilità delle recensioni significa che ogni risposta (o la sua mancanza) contribuisce direttamente alla reputazione online di un marchio. Come lo scorso anno, e non sorprendentemente, le recensioni online continuano a crescere come fattore chiave nelle decisioni dei consumatori.

Inoltre, poiché le recensioni rappresentano ora un fattore significativo per la SEO e il posizionamento nelle ricerche locali, le aziende devono considerare l'impatto che la reputazione online ha sulla loro visibilità.

Informazioni chiave

Il 52%

degli utenti Internet pubblica recensioni mensilmente, mostrando un aumento nella partecipazione regolare dei consumatori ai feedback online rispetto agli anni precedenti.

L'81%

delle persone consulta le recensioni Google prima di recarsi presso un'attività.

Il 18%

Potenziale aumento delle entrate per le aziende con un alto volume di recensioni positive, poiché il feedback positivo aumenta la visibilità e la fiducia.

Fonte: Wisernotify

TREND DELLA REPUTAZIONE ONLINE CHE HANNO PLASMATO IL 2024

Nel 2024, il cambiamento delle aspettative dei consumatori e l'evoluzione dei comportamenti online hanno portato in primo piano tre tendenze principali, ridefinendo le strategie per costruire e gestire la reputazione online.



Risposte rapide e personalizzate potenziate dall'IA

L'IA sta rivoluzionando la gestione della reputazione online, semplificando il processo di risposta e personalizzando i feedback.

L'IA aiuta le aziende a creare risposte personalizzate, utilizzando i dati dei clienti per affrontare rapidamente e in modo mirato le problematiche, dando così priorità alle recensioni in base all'urgenza. Questo favorisce la fiducia e aumenta il coinvolgimento.



Integrazione dei contenuti generati dagli utenti (UGC)

Le aziende stanno sfruttando sempre di più i contenuti generati dagli utenti, ad esempio recensioni, foto e video, per migliorare la loro reputazione online. UGC è percepito come più autentico e può migliorare la fiducia del cliente, il coinvolgimento e il posizionamento di ricerca.

Questa tendenza incoraggia i marchi a richiedere attivamente contenuti dai clienti e integrarli nelle loro strategie di marketing, mettendo in mostra esperienze reali.



Reputazione, trasparenza e responsabilità

La trasparenza è diventata ancora più cruciale nel 2024, emergendo come una tendenza chiave per le aziende focalizzate sulla reputazione online. I consumatori si aspettano che i marchi siano responsabili e affrontino apertamente problemi come ritardi o preoccupazioni sulla qualità del prodotto.

Riconoscere i problemi e dimostrare l'impegno per risolverli ricostruisce la fiducia e rafforza la credibilità, rendendo la trasparenza una parte fondamentale di una gestione efficace della reputazione.

CONCLUSIONE:

L'IA sta modellando il futuro della reputazione online

Con il continuo aumento dell'importanza e del volume delle recensioni online, una delle tendenze più essenziali per la gestione della reputazione nel 2024 è l'uso dell'intelligenza artificiale per tenere il passo con questa crescita.

Le aziende che mirano a mantenere un vantaggio competitivo si rivolgono sempre più a strumenti basati sull'intelligenza artificiale per gestire l'aumento del feedback. L'IA consente alle aziende di rispondere in modo efficiente, analizzare il sentimento dei clienti e identificare proattivamente le aree di miglioramento.

Per i brand che desiderano rimanere competitivi, l'adozione di strumenti di gestione della reputazione basati sull'intelligenza artificiale è diventata meno un'opzione e più una necessità per soddisfare le esigenze dell'attuale panorama digitale in rapida evoluzione.

LA NOSTRA HALL OF FAME DIGITALE

Le 10 aziende di Partoo con la migliore reputazione online

1. Leroy Merlin
2. Carmila
3. Tecnomat
4. Mediaworld
5. Gruppo Gioia
6. La Romana
7. Human Company
8. Il Gigante
9. Oberalp Group
10. Bennet S.p.A.

Classifica basata sul tasso di risposta, valutazione media, numero di recensioni ricevute e tempo di risposta.

Menzioni speciali

AZIENDA CON
PIÙ RECENSIONI

107 868
recensioni

AZIENDA CON
LA VALUTAZIONE MEDIA PIÙ ALTA

4,9/5
valutazione media

AZIENDA CON
MIGLIOR TASSO DI RISPOSTA

100%
tasso di risposta

COSA DEFINISCE LA REPUTAZIONE ONLINE DI UN'AZIENDA?

La reputazione online si basa su tre elementi fondamentali: il numero di recensioni, la valutazione media e la tua capacità di rispondere ai feedback. Questi componenti influenzano collettivamente il modo in cui i potenziali clienti percepiscono la tua attività. Un alto volume di recensioni segnala che la tua azienda è attiva e affidabile, offrendo **una prova sociale che ispira fiducia**. La valutazione media rappresenta un indicatore rapido della qualità, influenzando fortemente le decisioni dei clienti.

È altrettanto importante il modo in cui interagisci con le recensioni. Una **risposta attenta e coerente** sia agli elogi che alle critiche dimostra che dai valore ai feedback dei clienti e sei impegnato a migliorare la loro esperienza. Questo non solo costruisce fiducia, ma incoraggia anche la fidelizzazione tra i clienti esistenti.

La tua reputazione online è più di un'istantanea dell'opinione dei clienti: è una riflessione dinamica ed evolutiva di quanto la tua azienda soddisfi le aspettative e si adatti ai feedback. Mantenere questi fattori consente alla tua attività di distinguersi come **affidabile** e **orientata al cliente**, facilitando l'attrazione e la fidelizzazione dei clienti.



Il consiglio dell'esperto Partoo

Quando si raccolgono recensioni su Google, la costanza è fondamentale per mantenere una solida reputazione online.

Per evitare di destare sospetti nell'algoritmo di Google, è fondamentale richiedere recensioni **in modo costante e naturale**. Un improvviso afflusso di recensioni in un breve periodo potrebbe sembrare innaturale e portare alla rimozione delle recensioni o a restrizioni sull'account.

Invece di sovraccaricare il sistema con un'ondata di recensioni in un solo giorno, punta a un approccio regolare e distribuito nel tempo. Questo garantisce che le tue recensioni appaiano organiche e credibili, sia per l'algoritmo di Google che per i tuoi clienti.

Una strategia coerente di raccolta recensioni non solo aiuta a evitare sanzioni, ma costruisce nel tempo una reputazione online affidabile e autentica.

VOCE DI SUCCESSO

Leroy Merlin svela la sua strategia

Come avete migliorato la vostra reputazione online e in che modo gli strumenti di Partoo hanno contribuito al raggiungimento dei vostri obiettivi?

Collaboriamo con Partoo da molti anni, e questa partnership ha giocato un ruolo fondamentale nel miglioramento della nostra reputazione online.

Abbiamo integrato le recensioni nel nostro processo quotidiano, trattandole con la stessa importanza del fatturato.

Grazie agli strumenti di Partoo, possiamo monitorare il feedback dei clienti e rispondere alle recensioni in modo tempestivo, **favorendo un dialogo** continuo e costruttivo.

Questo approccio ci ha permesso di creare una cultura aziendale in cui l'attenzione al cliente è centrale, contribuendo a migliorare costantemente l'esperienza offerta.

Potete condividere alcune best practice che avete scoperto utilizzando gli strumenti di Partoo per gestire la vostra reputazione online?

Una delle principali best practice che abbiamo sviluppato nel tempo è stata integrare il monitoraggio delle recensioni nei report quotidiani accanto ai dati sul fatturato.

Questo ha rafforzato la consapevolezza interna che il successo aziendale non dipende solo dai risultati economici, ma anche dalla qualità delle relazioni con i clienti.

Altre pratiche che consideriamo fondamentali:

- **Rispondere tempestivamente** alle recensioni per dimostrare attenzione e rispetto verso i clienti.
- **Utilizzare il feedback** ricevuto per analizzare e migliorare continuamente i nostri servizi.
- **Coinvolgere i team dei negozi** nella gestione delle recensioni per promuovere una cultura di responsabilità condivisa.

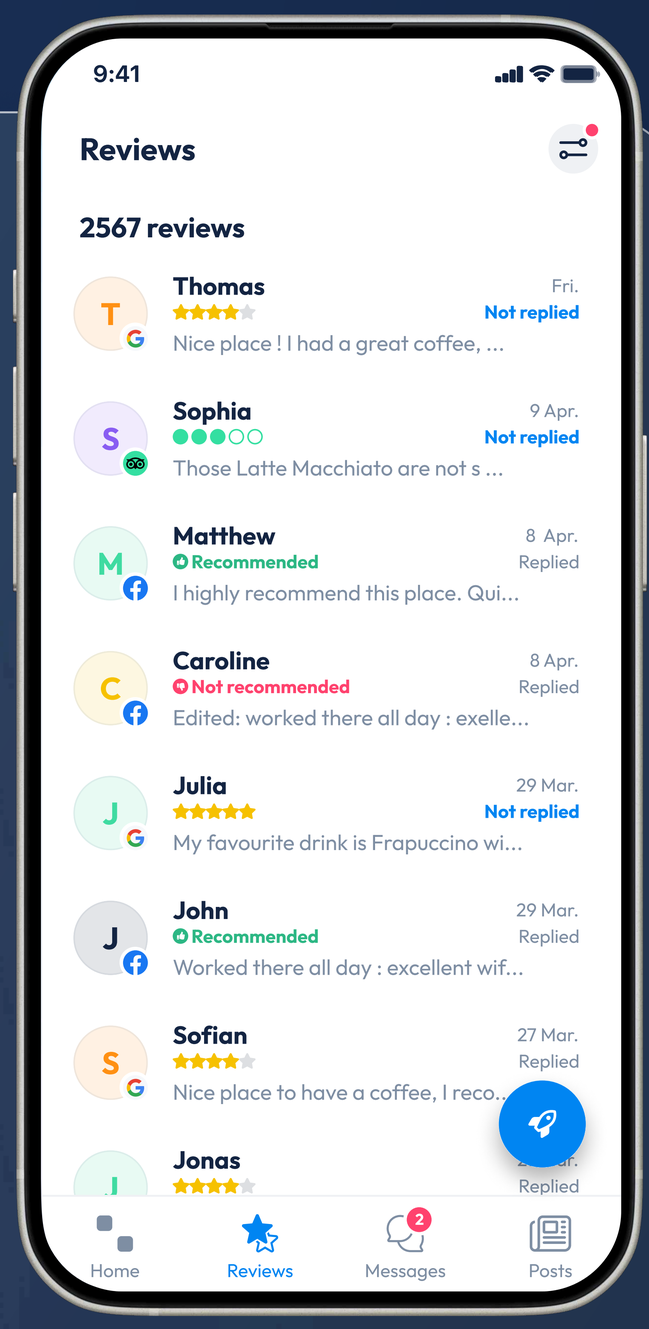
Questo approccio, maturato grazie a una collaborazione di lunga data con Partoo, ci ha permesso di consolidare una reputazione online solida e di **rafforzare il legame con i nostri clienti.**

Costruisci una solida reputazione online con partoo

Review Management

Gestisci e migliora facilmente la tua reputazione online da un'unica piattaforma, accessibile via web e mobile.

- **Centralizza le recensioni:** Visualizza e rispondi alle recensioni di Google, Facebook e TripAdvisor in un unico posto. Filtra per località, valutazione o parola chiave e rispondi con facilità.
- **Automatizza le risposte:** Risparmia tempo con le risposte automatiche perper recensioni semplici, concentrando la tua attenzione su ciò che è più importante.
- **Modelli personalizzati:** Accelera le risposte con modelli predefiniti, aggiungendo un tocco personale come i nomi dei clienti.



Review Booster

Genera un maggior numero di recensioni con meno sforzi

- **Inviti via SMS:** Invia richieste personalizzate che rendano lasciare una recensione rapido e semplice.
- **QR Code:** Indirizza i clienti alle tue pagine di recensioni tramite codici scansionabili.

Feedback Management

Aumenta la soddisfazione dei clienti raccogliendo e utilizzando informazioni chiave

- **Dashboard unificata della “voce del cliente”:** Gestisci tutti i feedback in un unico punto.
- **Sondaggi su misura:** Raccogli preferenze specifiche dei clienti con questionari personalizzabili.
- **Informazioni utili:** Monitora la soddisfazione per località e migliora la qualità del servizio.

Richiedi una demo personalizzata!

Contattaci adesso

03

Il potenziale dei settori di rilievo

03

Il ruolo vitale della reputazione online nel settore auto, servizi e mobilità

Nell'industria automobilistica, dove gli acquisti implicano un impegno finanziario significativo, le recensioni online svolgono un ruolo cruciale nel plasmare la fiducia dei clienti. Le ricerche indicano che oltre l'80% dei potenziali acquirenti di auto leggono le recensioni online prima di effettuare un acquisto, sottolineando semplicemente quanto questo riscontro sia diventato essenziale nel finalizzare il processo di acquisto.

L'acquisto di un veicolo rappresenta un investimento significativo, e i potenziali acquirenti si affidano molto alle esperienze altrui per valutare l'affidabilità di una concessionaria, la professionalità di un centro assistenza o persino le prestazioni di specifici modelli di auto. Per concessionarie e fornitori di servizi, una solida reputazione online può essere un fattore determinante per acquisire nuovi clienti e mantenere la loro fedeltà.

SFIDE NELLE RACCOLTE DELLE RECENSIONI

Nonostante il ruolo significativo che le recensioni online svolgono nell'industria automobilistica, raccogliere feedback continua a rappresentare una sfida. Diversi fattori complicano il processo di raccolta delle recensioni:

Infrequenza delle transazioni

A differenza dei beni di consumo quotidiani, l'acquisto di automobili e i relativi servizi sono eventi relativamente rari. Sebbene una recensione positiva possa avere un impatto significativo, il numero di interazioni con i clienti tende a essere inferiore, riducendo le opportunità naturali di richiedere feedback.

Complessità del Customer Journey

L'acquisto di un veicolo raramente è una transazione semplice; spesso si tratta di un processo articolato in più fasi, che include ricerche, test drive, discussioni sul finanziamento, negoziazioni e follow-up del servizio. Data la varietà di questi punti di contatto, individuare il momento ideale per richiedere una recensione può essere difficile.

TEMPISMO E STRATEGIE PER RICHIEDERE RECENSIONI

Per superare queste sfide, tempismo e strategia sono essenziali. Il momento ottimale per richiedere una recensione potrebbe variare in funzione della fase del percorso del cliente. Ad esempio, le concessionarie potrebbero inviare un'e-mail di follow-up una settimana dopo l'acquisto, per dare al cliente il tempo di vivere l'esperienza con la nuova auto. I centri assistenza, invece, potrebbero trarre vantaggio dal richiedere un feedback immediatamente dopo una visita di manutenzione, quando l'interazione è ancora fresca nella mente del cliente.

Per un'industria tanto dinamica quanto competitiva come il settore automobilistico, stabilire una strategia ben pensata e proattiva, al fine di gestire e sollecitare le recensioni, non è solo vantaggioso, bensì essenziale per **coltivare una fiducia a lungo termine** e assicurare una reputazione online resiliente che si distingue in un mercato affollato.

74 152
nuove recensioni nel 2024
+3,6% dal 2023

TOP 3 AZIENDE CON

la miglior reputazione online nel settore auto, servizi e mobilità

1. Toyota

2. Aquila Energie

3. Biauto

Menzioni speciali

AZIENDA CON
PIÙ RECENSIONI

13 027
recensioni

AZIENDA CON
LA MEDIA PIÙ ALTA

4,87
valutazione media

AZIENDA CON
IL MIGLIOR TASSO DI RISPOSTA

100%
tasso di risposta

Successo nel settore mobilità

"Grazie alla piattaforma Partoo, abbiamo ottimizzato la nostra presenza digitale e migliorato la nostra reputazione online. [...] Abbiamo registrato un aumento del 965% delle recensioni che hanno ricevuto le nostre stazioni di servizio."

Marketing Executive
Aquila Energie

03

Il ruolo vitale della reputazione online nel settore della bellezza e della cura personale

Nel settore della bellezza e della cura personale, dove fiducia e competenza sono fondamentali, le recensioni online sono diventate un elemento cruciale nel processo decisionale. Che si tratti di un Hair Salon, di una spa o di una clinica per la cura della pelle, i clienti sono particolarmente cauti riguardo ai rischi di affidare il proprio aspetto e benessere a un professionista.

Le ricerche dimostrano che quasi l'80% dei consumatori legge recensioni online prima di scegliere un servizio di bellezza o benessere, alla ricerca di garanzie su qualità, sicurezza e affidabilità. Con le poste in gioco così alte, i clienti preferiscono aziende con una comprovata storia di feedback positivi, rendendo essenziale per i fornitori di bellezza coltivare una reputazione online solida per attrarre nuovi clienti e costruire fiducia.

SFIDE NELLE RACCOLTE DELLE RECENSIONI

Sebbene le recensioni online siano fondamentali, le aziende del settore della bellezza e della cura personale affrontano sfide uniche nella raccolta dei feedback:

Preoccupazioni per la privacy

I trattamenti di bellezza sono esperienze intime. I clienti potrebbero esitare a condividere pubblicamente opinioni su servizi como cerette, trattamenti per la pelle o rimodellamento corporeo, ritenuti troppo personali.

Impatto emotivo delle esperienze negative

Un'esperienza negativa - come un taglio di capelli insoddisfacente o una reazione a un trattamento - è spesso vissuta in modo più personale ed emotivamente intenso, portando i clienti a esprimere rapidamente il loro malcontento, ma sono meno inclini a condividere feedback positivi, anche dopo un'esperienza soddisfacente.

TEMPISMO E STRATEGIE PER RICHIEDERE RECENSIONI

Il momento ideale per chiedere una recensione nel settore della bellezza varia a seconda del tipo di servizio offerto. Per i servizi che offrono risultati immediati, come un taglio di capelli o una manicure, è meglio richiedere un feedback subito dopo l'appuntamento, quando il cliente è più soddisfatto del risultato. Un semplice messaggio di follow-up, un'e-mail o un QR code sullo specchio o alla cassa possono facilitare il cliente nel lasciare una recensione sul momento.

Al contrario, per i trattamenti che richiedono più sessioni o tempo per mostrare i risultati, come il ringiovanimento della pelle, è preferibile aspettare prima di chiedere un feedback. In questi casi, attendere che il cliente noti i risultati del trattamento - magari dopo la seconda o terza sessione - può portare a recensioni più ponderate e positive. Richiedere il feedback dopo progressi visibili assicura che il cliente percepisca pienamente il valore del servizio, aumentando la probabilità di una recensione più dettagliata e soddisfatta.

15 661

nuove recensioni nel 2024

+4,7% dal 2023

TOP 3 AZIENDE CON

la miglior reputazione online nel settore della bellezza e della cura personale

1. Bludental Clinique
2. Seta Beauty
3. Figurella

Menzioni speciali

AZIENDA CON
PIÙ RECENSIONI

8 376
recensioni

AZIENDA CON
LA MEDIA PIÙ ALTA

4,97
valutazione media

AZIENDA CON
IL MIGLIOR TASSO DI RISPOSTA

100%
tasso di risposta

Successo nel settore della bellezza

"Nell'ultimo anno da quando abbiamo adottato Partoo, siamo felici di aver ottenuto risultati straordinari: 60% in più nelle ricerche online, l'87% in più di visualizzazioni dei nostri profili e il 13% in più delle azioni come la richiesta di indicazioni stradali."

Seo Specialist
Super Pharm

03

Il ruolo vitale della reputazione online nel settore horeca

Il settore horeca è altamente competitivo, e distinguersi spesso dipende dalla reputazione online. Con i clienti che fanno sempre più affidamento sulle recensioni, quasi il 90% le consulta prima di decidere dove mangiare o alloggiare, rendendole un fattore cruciale nel processo decisionale.

Essendo **uno dei settori più recensiti**, l'ambito horeca affronta sfide uniche: dalla gestione di un alto volume di recensioni alla risposta efficace ai feedback negativi. Un approccio efficace è fondamentale per attrarre nuovi clienti e costruire fedeltà.

SFIDE NELLE RACCOLTE DELLE RECENSIONI

Sebbene i locali ristorativi siano tra le attività più recensite, l'abbondanza di feedback porta con sé alcune sfide:

Gestione dei feedback negativi

Più recensioni un locale riceve, maggiore è il rischio di commenti negativi. Affrontarli efficacemente richiede risposte tempestive, empatiche e professionali, che dimostrino un impegno al miglioramento.

Contrastare le recensioni false

Con l'aumento della dipendenza dalle recensioni, cresce il problema dei feedback falsi. Identificare e ridurre l'impatto delle recensioni fraudolente è fondamentale per mantenere credibilità e fiducia con i clienti.

TEMPISMO E STRATEGIE PER RICHIEDERE RECENSIONI

Gestire le recensioni nel settore horeca richiede un approccio equilibrato che combini reattività, autenticità e strategia. Le recensioni positive vanno riconosciute con gratitudine, rafforzando la fedeltà dei clienti, mentre i feedback negativi richiedono risposte tempestive e professionali per affrontare le preoccupazioni dei clienti e dimostrare l'impegno al miglioramento. Anche **il tempismo è fondamentale**: rispondere entro 24 ore dimostra ai clienti che la loro opinione conta.

I locali alberghieri possono incentivare recensioni dettagliate chiedendo ai clienti di condividere le loro opinioni poco dopo la visita, quando l'esperienza è ancora fresca. In un mercato altamente competitivo, una gestione efficace delle recensioni non solo accresce la fiducia dei clienti, ma rafforza anche la reputazione di un locale, permettendogli di distinguersi sia online che offline.

128 112

nuove recensioni nel 2024

+0,4% dal 2023

TOP 3 AZIENDE CON

la miglior reputazione online nel settore horeca

1. Gruppo Gioia
2. La Romana
3. Human Company

Menzioni speciali

AZIENDA CON
PIÙ RECENSIONI

79 613
recensioni

AZIENDA CON
LA MEDIA PIÙ ALTA

4,66
valutazione media

AZIENDA CON
IL MIGLIOR TASSO DI RISPOSTA

97%
tasso di risposta

Successo nel settore horeca

"Partoo ha semplificato la gestione delle informazioni relative ai ristoranti, quali gli orari e i servizi disponibili, e ci ha consentito di far crescere l'interazione con il cliente."

Head of Marketing & Communication
KFC Italia

03

Il ruolo vitale della reputazione online nell settore del retail di moda

Nel competitivo mondo del retail di moda, dove le prime impressioni contano, le recensioni online sono diventate un fattore cruciale per influenzare la percezione dei clienti. Le ricerche mostrano che oltre il 60% dei consumatori consulta le recensioni prima di visitare un negozio di abbigliamento, affidandosi ai feedback per valutare aspetti come la disponibilità del personale, la pulizia del negozio e persino la facilità di trovare la taglia giusta.

Per i rivenditori, una solida reputazione online può aumentare gli ingressi in negozio, trasformare visitatori in acquirenti e assicurare che i clienti tornino per le stagioni future.

SFIDE NELLE RACCOLTE DELLE RECENSIONI

Nonostante la loro importanza, raccogliere recensioni nel settore del fashion retail presenta sfide uniche:

Focus dei clienti sulla gratificazione immediata

I clienti nei negozi fisici si concentrano spesso sulla soddisfazione immediata dell'acquisto, senza riflettere sull'esperienza globale. Questa mentalità "shop and go" lascia poco spazio alla considerazione delle recensioni.

Tempi di interazione brevi

Nei negozi dove gli acquisti sono rapidi, come per un accessorio o un singolo articolo, l'interazione potrebbe essere troppo breve per lasciare un'impressione duratura, riducendo la probabilità di ricevere recensioni.

TEMPISMO E STRATEGIE PER RICHIEDERE RECENSIONI

Per superare queste sfide, i rivenditori devono adottare una strategia proattiva e orientata al cliente per raccogliere recensioni. Un approccio efficace consiste nell'**interagire con i clienti** in momenti chiave della loro visita. Ad esempio, si può formare il personale a richiedere feedback in modo informale durante il checkout e posizionare richiami discreti in negozio, come QR code su scontrini, specchi o nei camerini, per rendere semplice la condivisione delle opinioni quando l'esperienza è ancora fresca.

Infine, è essenziale gestire le recensioni con attenzione. Rispondere sia ai commenti positivi che a quelli negativi dimostra professionalità e un autentico interesse a migliorare l'esperienza del cliente. In un settore dove le tendenze cambiano rapidamente, ma le impressioni dei clienti restano, una gestione efficiente delle recensioni aiuta ai retailer di moda a rimanere rilevanti, attrarre nuovi acquirenti e costruire una fiducia duratura nelle loro comunità locali.

26 290

nuove recensioni nel 2024

-10% dal 2023

TOP 3 AZIENDE CON

la miglior reputazione online nel settore del retail di moda

1. Oberalp Group
2. Decathlon
3. Woolrich

Menzioni speciali

AZIENDA CON
PIÙ RECENSIONI

14 155
recensioni

AZIENDA CON
LA MEDIA PIÙ ALTA

4,81
valutazione media

AZIENDA CON
IL MIGLIOR TASSO DI RISPOSTA

100%
tasso di risposta

Successo nel settore del retail moda

"La nostra partnership con Partoo è stata strategica per ottimizzare la gestione centralizzata dei dati dei nostri 49 punti vendita. Dalle informazioni operative (come orari e dettagli specifici di ogni negozio), fino alla promozione di eventi con la creazione di annunci personalizzati per ciascuna location."

Marketing Specialist
Sorelle Ramonda

03

Il ruolo vitale della reputazione online nel settore bancario e delle assicurazioni

Nel settore bancario e assicurativo, la fiducia è alla base di ogni relazione con i clienti. Si tratta di ambiti in cui le decisioni hanno implicazioni finanziarie durature e i consumatori sono naturalmente cauti nella scelta dei fornitori.

Che si tratti di scegliere una banca per aprire un conto o di optare per una polizza assicurativa per proteggere i propri beni, i clienti devono sentirsi sicuri della loro scelta. In questo contesto, le recensioni online svolgono un ruolo fondamentale nel rafforzare la fiducia e guidare le scelte. Le ricerche dimostrano che oltre il 60% dei consumatori consulta recensioni per decisioni bancarie o assicurative, cercando rassicurazioni sulla affidabilità del servizio, la trasparenza e la qualità del supporto clienti. In un ambiente così delicato, avere feedback positivi può essere un fattore determinante per attrarre nuovi clienti e mantenere quelli esistenti.

SFIDE NELLE RACCOLTE DELLE RECENSIONI

Nonostante il ruolo fondamentale delle recensioni, raccoglierle nei settori bancario e assicurativo presenta ostacoli specifici:

Relazione a lungo termine

A differenza di altri settori, i servizi bancari e assicurativi implicano rapporti a lungo termine, rendendo difficile individuare il momento giusto per richiedere feedback. I clienti tendono ad aspettare di aver vissuto un'esperienza completa con il servizio prima di esprimere un'opinione.

Preoccupazioni per la privacy

Data la natura sensibile dei servizi bancari e assicurativi, i clienti potrebbero esitare a condividere le loro esperienze pubblicamente. Le preoccupazioni legate alla privacy possono scoraggiare recensioni dettagliate, anche dopo un'esperienza positiva.

TEMPISMO E STRATEGIE PER RICHIEDERE RECENSIONI

Data la natura sensibile dei servizi bancari e assicurativi, è particolarmente importante essere **proattivi nel richiedere delle recensioni**. I feedback positivi in questo settore raramente arrivano spontaneamente e, senza una richiesta attiva, le aziende potrebbero perdere opportunità preziose per costruire fiducia e credibilità.

Poiché le interazioni con i clienti sono meno frequenti, può essere complicato sapere quando richiedere un feedback. Per servizi delicati come prestiti o sinistri, è fondamentale assicurarsi che si sia stabilito un rapporto di fiducia prima di chiedere una recensione. Farlo troppo presto o senza l'approccio giusto può sembrare poco sincero o invadente, rischiando di danneggiare la relazione. La strategia migliore è chiedere una recensione dopo che il cliente ha avuto il tempo di vivere pienamente l'esperienza del servizio e rifletterci, garantendo una base di fiducia positiva per la richiesta.

5 322

nuove recensioni nel 2024

+1,73% dal 2023

TOP 3 AZIENDE CON

la miglior reputazione online nel settore bancario e delle assicurazioni

1. Credit Agricole
2. Alleanza
3. BPER Banca

Menzioni speciali

AZIENDA CON
PIÙ RECENSIONI

2 618
recensioni

AZIENDA CON
LA MEDIA PIÙ ALTA

3,93
valutazione media

AZIENDA CON
IL MIGLIOR TASSO DI RISPOSTA

81%
tasso di risposta

Successo nel settore Bancario e Assicurativo

"Avevamo bisogno di una piattaforma che permettesse di gestire in modo centralizzato le informazioni ed anche tutte le recensioni ricevute, per far fede alla nostra promessa di marca."

Digital Marketing Specialist
BPER Banca

03

Il Ruolo vitale della Reputazione Online nel settore della distribuzione alimentare

Nel settore della distribuzione alimentare, fiducia e convenienza sono i pilastri della fedeltà del cliente. I supermercati e i negozi di alimentari sono parte integrante della vita quotidiana, ma spesso faticano a generare un coinvolgimento online significativo. A differenza di settori come la ristorazione o le banche, dove le esperienze sembrano più personali o significative, fare la spesa viene spesso considerato un compito rutinario.

Tuttavia, le recensioni online stanno diventando sempre più importanti anche nel commercio al dettaglio di alimenti. Le ricerche indicano che i clienti sono più propensi a fidarsi dei negozi con alte valutazioni e recensioni dettagliate, soprattutto quando si tratta di scegliere dove acquistare prodotti specializzati o articoli freschi e a km 0. In un settore altamente competitivo, le recensioni positive possono essere la chiave per stabilire fiducia e dimostrare un impegno verso la qualità, influenzando infine le decisioni di acquisto dei clienti e favorendo **la fedeltà a lungo termine.**

SFIDE NELLE RACCOLTE DELLE RECENSIONI

Sebbene le recensioni siano essenziali, raccoglierle nel settore della distribuzione alimentare comporta delle sfide specifiche:

La Quotidianità degli Acquisti

Fare la spesa è un'attività di routine che i clienti raramente considerano degna di essere recensita. Anche quando hanno un'esperienza positiva, potrebbe non venir loro in mente di lasciare un feedback, poiché l'attività sembra puramente transazionale.

Elevato volume di transazioni

I supermercati gestiscono migliaia di transazioni ogni giorno, il che può far sì che le esperienze individuali dei clienti sembrino meno personali e più difficili da tradurre in recensioni.

TEMPISMO E STRATEGIE PER RICHIEDERE RECENSIONI

A differenza di altri settori, dove acquisti emotivi o di grande valore spingono naturalmente a lasciare un feedback, nel settore della distribuzione alimentare i supermercati devono attivamente **creare opportunità di coinvolgimento** per raccogliere recensioni significative.

Per farlo, dovrebbero identificare i momenti chiave nel percorso del cliente in cui i consumatori sono più propensi a riflettere positivamente sulla loro esperienza. Ad esempio, inviare una richiesta di recensione dopo che i clienti hanno utilizzato un nuovo servizio, come il click-and-collect o la consegna a domicilio, o dopo aver riscattato un premio fedeltà, può essere molto efficace.

Altrettanto importante è **come viene formulata la richiesta**. Una richiesta troppo generica potrebbe non stimolare l'azione, ma una sollecitazione personalizzata può fare una grande differenza. Incoraggiare i clienti a condividere le loro opinioni su un aspetto particolare della loro esperienza—come la freschezza dei prodotti o la cordialità del personale —può aiutarli a lasciare un feedback significativo e dettagliato.

234 260

nuove recensioni nel 2024

-39% dal 2023

TOP 3 AZIENDE CON

la miglior reputazione online nel settore della distribuzione alimentare

1. Il Gigante
2. Bennet S.p.A.
3. Megamark Srl

Menzioni speciali

AZIENDA CON
PIÙ RECENSIONI

107 868
recensioni

AZIENDA CON
LA MEDIA PIÙ ALTA

4,38
valutazione media

AZIENDA CON
IL MIGLIOR TASSO DI RISPOSTA

100%
tasso di risposta

Successo nel settore della distribuzione alimentare

"Utilizziamo principalmente Partoo per la gestione delle recensioni dei clienti, soprattutto nel caso di apertura di negozi. Il nostro obiettivo è dare visibilità ai punti vendita per attirare costantemente clienti in negozio."

Digital Marketing Manager
Megamark

partoo

La piattaforma all-in-one per il tuo marketing locale!

Aumenta il tuo fatturato in negozio!

Richiedi una demo personalizzata

Contattaci adesso