

Fake fake delle mie brame

Recensioni false e no-show: ecco come la principale app di prenotazione online di ristoranti combatte due brutte abitudini a tutela di ristoratori e utenti. Anche grazie all'IA

di M.L.Andreis

TheFork nasce nel 2007 in Francia per favorire una nuova relazione tra ristoratori e clienti. Da allora ha rivoluzionato il settore offrendo un nuovo modello, unico in Europa, che ha fornito il primo sistema di prenotazione online professionale ai ristoranti. Quella che era inizialmente un'agenda online per addetti ai lavori, si è trasformata nel tempo nella piattaforma di prenotazione dei ristoranti, con 55.000 ristoranti partner in 12 Paesi, di cui 20.000 in Italia, e 20 milioni di visitatori mensili. Oggi TheFork è un abilitatore di esperienze memorabili al ristorante, poiché riesce a creare un "match" profittevole tra utenti e locali. In particolare, l'ultima versione dell'app rilasciata a inizio anno, ha segnato un punto di svolta poiché offre consigli personalizzati per ciascun utente. Questo è stato possibile grazie a tecnologie innovative come l'intelligenza artificiale e l'apprendimento automatico. Forte di quasi 40 milioni di download e più di 20 milioni di recensioni verificate nei mercati in cui opera, in Italia l'app riceve circa 150mila recensioni al mese. Una "potenza di fuoco" che, se da un lato rappresenta un valore aggiunto e/o un "deterrente" per i ristoranti del network che vengono prenotati e poi recensiti, dall'altro pone il problema della veridicità dei commenti stessi, come numerose notizie - che hanno



di recente sconfinato nella cronaca nera - evidenziano. Ecco perché abbiamo chiesto a **Carlo Carollo**, Country Manager Italia di TheFork, di spiegarci come funziona il sistema di controllo messo in campo dall'applicazione, dall'alto della sua posizione di primo piano nel sistema delle prenotazioni e di conseguenza delle recensioni online. Tra le altre cose, abbiamo scoperto così che il sito sta implementando anche forme di tutela rispetto al crescente fenomeno del no-show,

la (brutta) abitudine di prenotare (magari per un bel numero di commensali) salvo non presentarsi o disdire all'ultimo. Vediamo come. "Su TheFork riceviamo 150 mila recensioni al mese. Il voto medio dei ristoranti italiani si attesta intorno a 8,5 a dimostrazione della qualità dell'offerta della piattaforma", esordisce il manager. Che aggiunge: "I ristoranti traggono grande beneficio dalla loro presenza su TheFork: quelli con voti superiori all'8 ricevono infatti 3,5

volte le prenotazioni rispetto a quelli con voti inferiori".

Più nel dettaglio, quali sono per i ristoratori i vantaggi derivanti dalla presenza sull'app?

Intanto, The Fork è la piattaforma per eccellenza per la prenotazione online dei ristoranti in Europa e mette in contatto utenti e ristoranti, rispondendo all'esigenza delle imprese di intercettare nuovi clienti - locali e internazionali - attraverso i canali digitali. Laddove il risto-

rante non necessita di maggior clientela, la nostra applicazione resta comunque uno strumento essenziale poiché offre il miglior gestionale esistente sul mercato per le prenotazioni e la sala, il TheFork Manager, che ottimizza la gestione delle prenotazioni e aiuta ad acquisire e fidelizzare i clienti.

Chiedo venia, non sapevo dell'esistenza di questa figura: cosa fa in concreto?

Il TheFork Manager permette di tenere nota delle preferenze dei clienti, fornisce strumenti per affrontare il no-show, ha sistemi per sfruttare efficacemente il revenue management e grazie a TheFork PAY abilita anche i pagamenti mobile. Insomma, è un alleato che punta a migliorare il giro d'affari dei ristoranti, tutelando i loro interessi oltre che quelli degli utenti.

Come viene controllata la veridicità dei commenti a fronte del noto fenomeno delle fake review?

Su TheFork, solo chi ha realmente prenotato sulla piattaforma e vissuto l'esperienza gastronomica al ristorante ha la possibilità di lasciare una recensione: quando l'utente si presenta fisicamente al ristorante dopo aver prenotato con noi, il ristorante potrà convalidare sul proprio gestionale - il TheFork Manager - l'arrivo del cliente. I nostri sistemi di controllo bloccano una lista molto ampia di parole che hanno un'alta probabilità di essere contenute in recensioni sospette. Parliamo di termini che di per sé non sono negativi, ma che potrebbero essere inclusi per esempio in recensioni discriminatorie. Questi sistemi di controllo sono molto efficaci nel garantire recensioni affidabili, ma al netto di queste misure è importante anche educare gli utenti a capire la responsabilità di ciò che scrivono e i ristoranti a gestire al meglio gli strumenti di marke-



CARLO CAROLLO,
Country Manager Italia TheFork

ting digitale, materia sulla quale non sono necessariamente preparati.

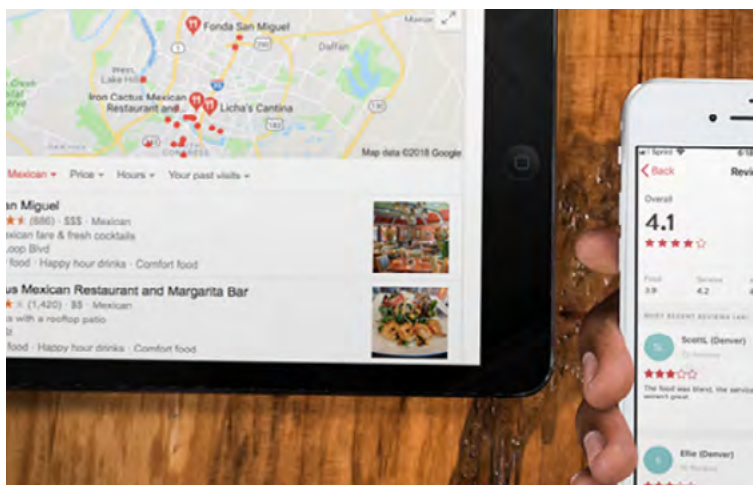
Altre caratteristiche di una recensione veritiera e pubblicabile?

Le recensioni - oltreché verificate - devono essere utili, devono cioè contenere esclusivamente informazioni sull'esperienza al ristorante, includendo il servizio e la cucina. Anche eventuali critiche devono essere poste in modo educato e costruttivo perché le recensioni possano essere uno strumento di crescita e miglioramento dei ristoranti, come d'altronde prevediamo anche nelle nostre condizioni di utilizzo, vere e proprie regole di comportamento vincolanti del-

la community. Realizziamo delle campagne di sensibilizzazione su questo tema e speriamo che tutti vogliano collaborare in questa direzione.

E se invece il cliente non si presenta?

In questo caso, il ristorante segnalerà il cosiddetto 'no-show', evitando di pagare la commissione a TheFork e liberando il tavolo per dare spazio ad altri utenti. Inoltre, per garantire un livello di affidabilità e trasparenza elevato, le recensioni degli utenti e le eventuali risposte dei ristoranti vengono verificate in primis tramite uno strumento di moderazione automatico e in seconda battuta dal nostro team di esperti, se necessario.



Quindi consigliate ai ristoranti di reagire alle recensioni false o più in generale a quelle negative...

... rispondendo sempre e comunque in modo costruttivo, ma precisando - ove lo ritengano opportuno - le condizioni che hanno inciso sull'aspetto oggetto di critica da parte del cliente.

Nel caso ci sia stata davvero una mancanza, è preferibile assumersi la responsabilità e scusarsi, invitando l'utente a ripetere l'esperienza per verificare che si è trattato di un episodio isolato.

Se invece si ritiene pretenzioso il giudizio è bene chiarire, per coloro che leggono, il proprio punto di vista. Lato nostro, stiamo lavorando a un'implementazione che andrà comunque a ridurre l'impatto di recensioni negative "isolate".

Mica semplice...

Certo, ma la tecnologia ci viene in soccorso: stiamo infatti rilasciando una nuova funzionalità basata sulla GenAI che ci consente di identificare, dalle recensioni, i 4 tratti positivi più ricorrenti di un ristorante e di mostrarli ai commensali dalle recensioni nella parte superiore della scheda del ristorante. Le "menzioni principali" sono raggruppate in queste categorie: cucina, ambiente, servizio e prezzo.

Ad esempio, se commenti positivi sulla "vista eccezionale" compaiono frequentemente nelle recensioni recenti, verranno evidenziati nella parte superiore della scheda insieme al numero di volte in cui questa caratteristica viene menzionata nei commenti. Questo aiuta i nostri utenti a individuare subito i tratti distintivi di un ristorante e il ristorante a "mostrare" ciò che meglio lo contraddistingue e non solo le recensioni in ordine cronologico.