



**trip**advisor®



- 1) Che cos'è Tripadvisor
- 2) L'evoluzione di Tripadvisor
- 3) Il mercato di Tripadvisor
- 4) Le recensioni
- 5) I competitors



TripAdvisor è un sito web (app) basato sull'idea che i consumatori si affidano alle recensioni di altri consumatori nella scelta di servizi di viaggio (strutture alberghiere e mezzi di trasporto) e ristoro.

La rete collega utenti che potrebbero viaggiare insieme, o che potrebbero essere soltanto diretti verso la stessa destinazione, formando così un vero social network.

E' progettato per ricercare coloro che condividono gusti simili di viaggio rapidamente.

Tripadvisor è accessibile tramite sito web o app.

Processo d'installazione:

- Recarsi su Play Store o iTunes, cercare l'app e proseguire con il download.
- In pochi secondi l'app è installata, pesa poco più di 30 MB.
- Effettuare la registrazione che può avvenire anche tramite il login di Facebook.
- Al primo avvio, vi dà il benvenuto un'ampia schermata che come sfondo utilizza le immagini di mete ambite.
- In alto troviamo un menù generico, un box di ricerca, il pulsante per il login e le categorie divise tra Hotel, Ristoranti, Cose da fare, Voli, Case vacanze e altre quattro categorie chiamate Destinazioni, Qui vicino, Forum e Preferiti.
- Non vi resta che iniziare a esplorare.





## Funzionalità

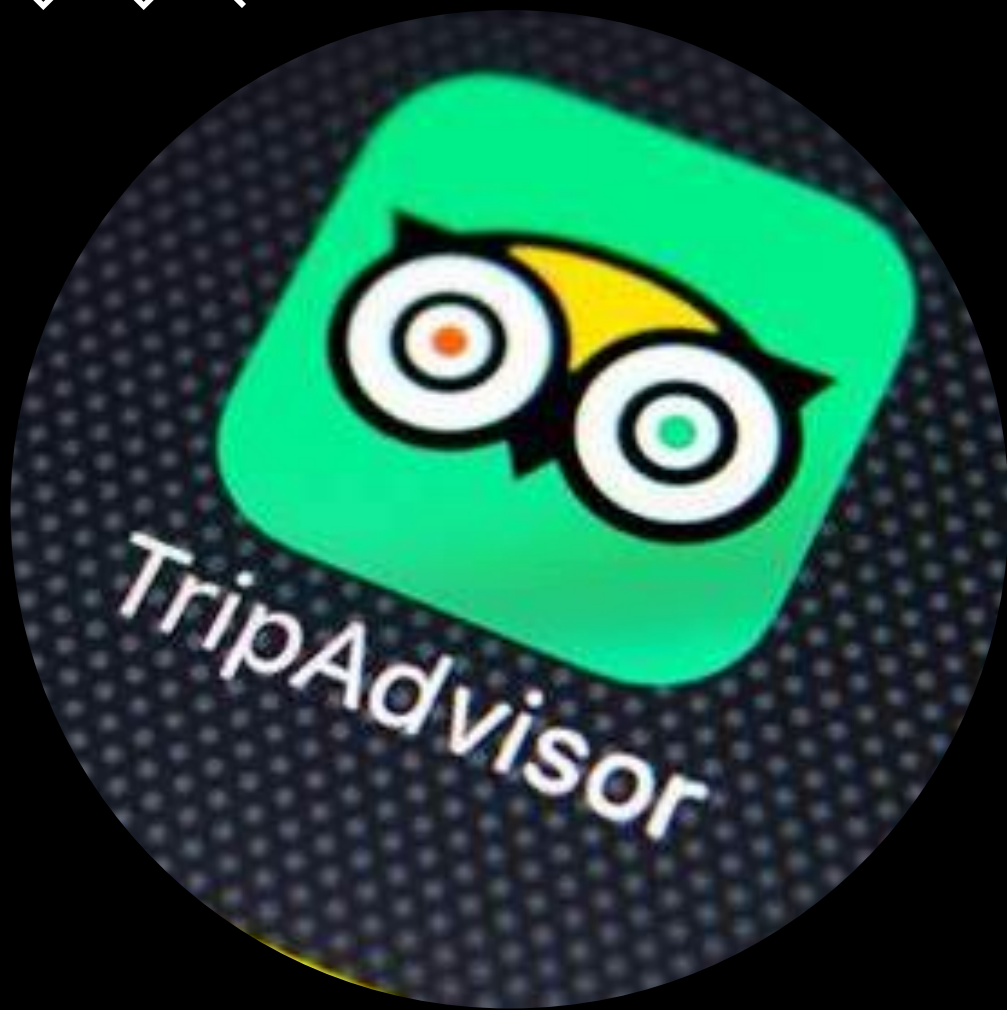
- Progettare un viaggio, analizzando i voli, l'hotel, ecc.
- Cercare l' hotel specificando la località, la data di arrivo e di ritorno.
- Eseguendo una ricerca saranno presentati i risultati con tutte le informazioni del caso: un'immagine del posto, il nome, qualità e il prezzo. Per quest'ultimo attributo, TripAdvisor si appoggia ad altri siti come Booking.com, Hostelworld.com, ecc.
- E' possibile filtrare la ricerca, ad esempio si può scegliere tra hotel di lusso, romantici, per il lavoro, per la famiglia, ecc.



tripadvisor

Bo

Book



- La maggior parte delle informazioni pubblicate viene generata in modo autonomo dai suoi utenti.
- Si pubblicano recensioni, commenti e valutazioni su una destinazione, un hotel, un'attrazione o qualsiasi altro «oggetto» di turismo o servizio correlato.
- E' possibile aggiungere elementi multimediali (foto e video) o mappe di viaggi precedenti o partecipare a forum di discussione, applicazioni web-based che consentono agli utenti di discutere di argomenti specifici.
- Gli autori del forum devono essere registrati; questo dà loro diritto a creare un profilo contenente i dati di base (nickname, residenza ecc.).



Fondata da Stephen Kaufer nel febbraio 2000.

Stephen Kaufer in un'intervista rilasciata a Millionaire ha dichiarato di aver avuto l'idea di TripAdvisor mentre stava programmando un viaggio in Messico: «facevo fatica a trovare l'albergo giusto.»

Nel 2004 è stata acquistata da Sebastian Mendoza.

Quattro anni dopo la nascita TripAdvisor viene acquisita da Interactive Corporation, che nel 2005 dà vita allo spin-off dedicato al travel, Expedia Inc. Nel 2011 lo sgancio definitivo anche da Expedia

Il finanziamento originario è stato ottenuto da Flagship Ventures, Paletto Group e da investitori privati.

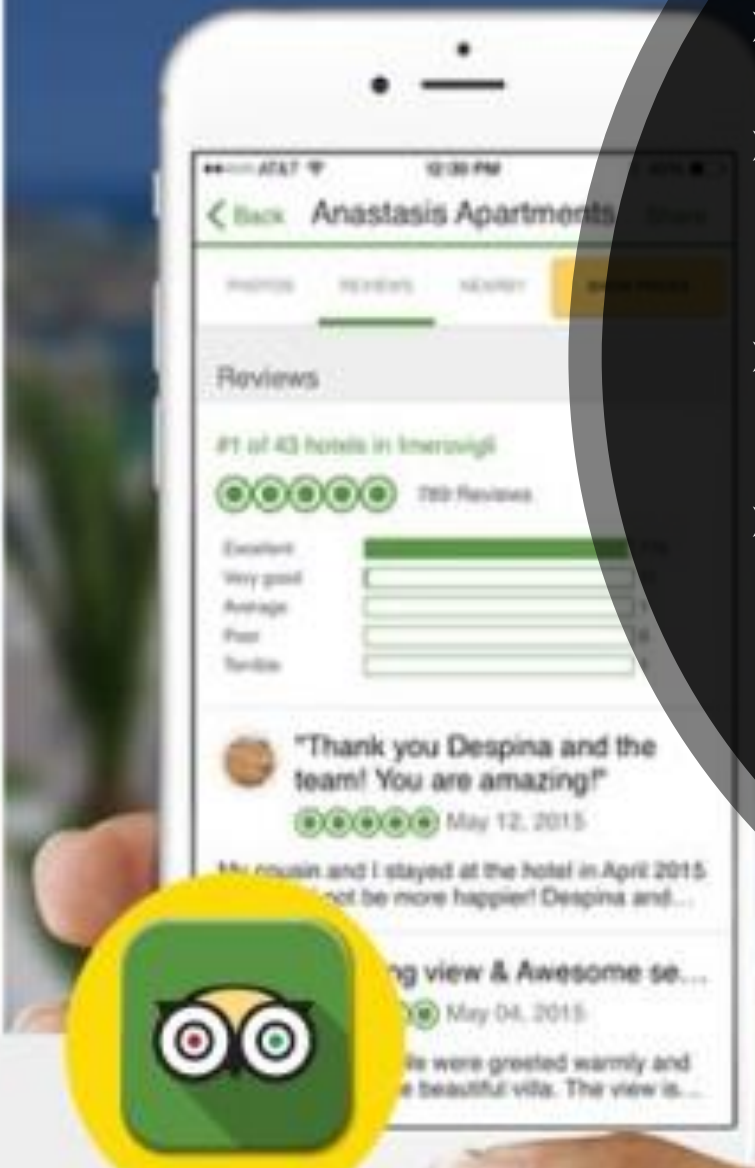
Nei suoi due decenni di attività ha trasformato un investimento iniziale di 3 milioni in un'attività da 7 miliardi di dollari, comprendendo informazioni costantemente aggiornate su ogni elemento immaginabile del viaggio.



pular travel app

of traveler reviews

to use online



- Inizialmente era totalmente diverso da come lo conosciamo oggi.
- Quello che Kaufer non aveva previsto era che le recensioni degli utenti superassero abbondantemente il numero di quelle professionali previste dalla prima versione del sito.
- In questo modo l'opinione degli utenti è diventata importantissima per giudicare la qualità dei servizi offerti dalle strutture.
- Il segreto di TripAdvisor: il marketing della piattaforma e il successo che ne deriva viene proprio dagli utenti. Una volta entrati nel meccanismo che TripAdvisor offre non si riesce più a tornare indietro data la comodità e l'efficienza del servizio.



[www.digonair.com](http://www.digonair.com)



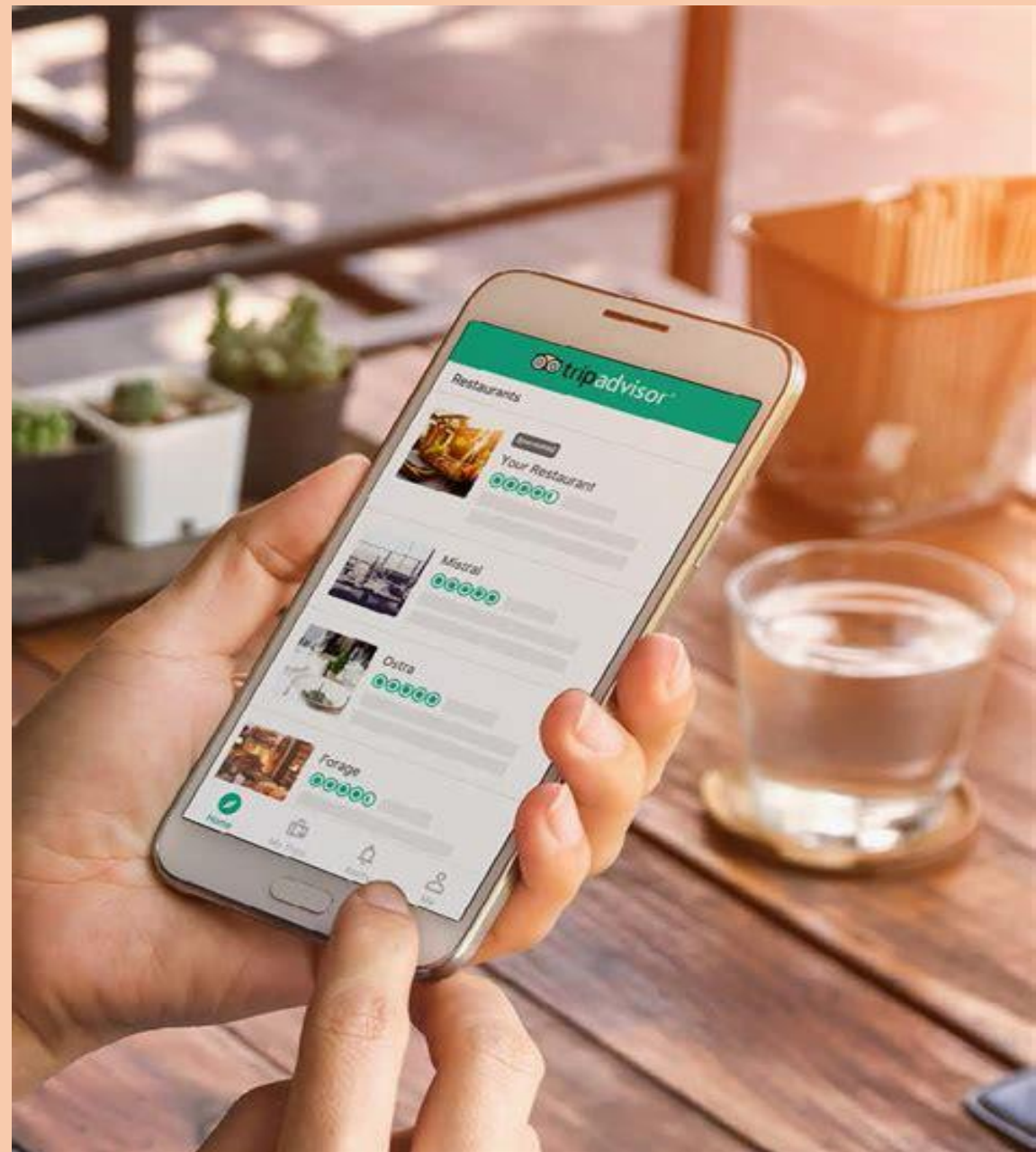


- Ad aprile 2013 viene lanciato il programma GreenLeaders, per aiutare i viaggiatori a scegliere sistemazioni attente all'ambiente.
- Nel 2014 l'applicazione di TripAdvisor per smartphone e tablet tocca i 100 milioni di download, facendone la più popolare app di viaggi del mondo. I software sono scaricati circa 28 volte al minuto.
- TripAdvisor è cresciuta fino a diventare uno dei siti Web di destinazione e alloggio di viaggio più popolari negli Stati Uniti.
- Nel 2018, ha generato circa 730 milioni di recensioni e opinioni degli utenti che coprono oltre otto milioni di annunci per ristoranti, hotel, case vacanza e attrazioni.
- Ad oggi vanta 300 milioni di visitatori unici al mese, ai 20.000 hotel e ristoranti presenti.
- TripAdvisor è il maggior sito di viaggi nel mondo con più di 315 milioni di utenti e più di 500 milioni di recensioni di hotel e servizi.
- Nell'ultimo anno vanta un fatturato di 944.7 milioni di dollari.

Numero di annunci su TripAdvisor in tutto il mondo dal 2014 al 2019, per tipo (in migliaia).

*www.statista.com*

Years	Restaurants	Hotels	Vacation rentals	Attractions
2014	2,447	915	650	500
2015	3,809	995	770	625
2016	4,260	1,060	835	760
2017	4,600	1,200	750	915
2018	4,900	1,300	875	1,000
2019	5,200	1,400	842	1,200



**Mercato della ristorazione nei paesi interessati, vendite in miliardi di dollari nel 2018**



Una ricerca condotta da Strategy&, divisione di PwC (Pricewaterhouse Coopers, network internazionale, operativo in 158 Paesi, che fornisce servizi di consulenza direttiva e strategica, revisione di bilancio e consulenza legale e fiscale), rivela che il mercato globale della ristorazione ha raggiunto un valore di 1,6 trilioni (miliardi di miliardi) di dollari nel 2018 e si prevede un'accelerazione della crescita annuale dal 2,9% (2010-2018) al 4,7% (2018-2022). In particolar modo PwC prevede che il mercato ristorativo in Spagna esploderà tra il 2018 e il 2022.



"Le dimensioni e l'accelerazione del settore ristorativo a livello globale sono molto incoraggianti per gli operatori negli Stati Uniti e non solo. È inoltre chiaro che Tripadvisor e TheFork esercitano un impatto positivo significativo sul settore in diversi modi, dall'incremento di fatturato generato per le strutture al sostegno all'occupazione locale".

**Pierre Péladeau**

Partner, Strategy&, PwC



"Il turismo si riprenderà"- Steve Kaufer.

In particolare, riguardo al fatturato, si è potuto notare come i ristoranti con un numero di recensioni totali da 51 a 100 riescono a registrare un aumento del fatturato dell'1,5% rispetto a quelli con meno recensioni, mentre i ristoranti con un punteggio di almeno 4,5 punti registrano un fatturato superiore del 2% rispetto a quelli con un punteggio medio inferiore.

PwC ha rilevato anche che l'impatto economico di Tripadvisor e TheFork ha generato e garantito sostegno a oltre 60.000 posti di lavoro, direttamente o indirettamente, nel 2018, nei 6 paesi coinvolti nella ricerca (cioè Stati Uniti, Regno Unito, Francia, Italia, Spagna e Olanda).



"Non andare mai in vacanza con qualcuno che non ami" - Ernest Hemingway

L'influenza di Trip Advisor si è avuta oltremodo nel settore viaggi, infatti, come è risultato anche dal report **"Contributo Economico Globale di TripAdvisor"**, elaborato da **Oxford Economics**, società internazionale di analisi e previsioni, la mole di contenuti, recensioni dei consumatori e strumenti di prenotazione disponibili sul sito, non solo hanno influenzato il 10% della spesa di viaggio mondiale, ma hanno anche generato 22 milioni di viaggi turistici in un solo anno, di cui 600.000 solo in Italia. Nessuno di questi viaggi avrebbe avuto luogo se non fosse stato per i contenuti di TripAdvisor. La metodologia dello studio consisteva nel quantificare l'impatto economico di TripAdvisor a livello globale. È stato compilato perciò un set di dati su un panel che copre più di 100 Paesi nel periodo 2009-2014, per capire la relazione tra le metriche di TripAdvisor e i comportamenti di viaggio. La ricerca è stata condotta nel 2015.



## La ricetta del successo

---

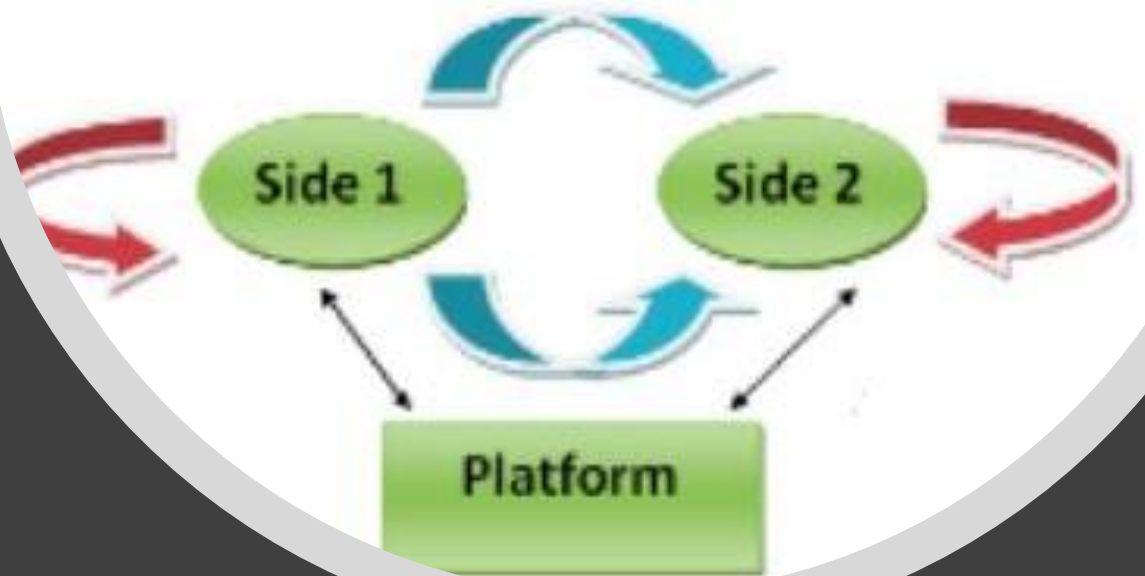
- 1) Aspetto psicologico: fondamentale il meccanismo di riprova sociale (esperimenti di Muzafer Sherif negli Anni Trenta e Robert Cialdini), cioè il ruolo che l'influenza del gruppo può avere sul singolo, per cui nelle valutazioni personali c'è una generale tendenza ad uniformarsi alla massa e ad esserne condizionati
- 2) Aspetto economico: la maggior parte delle entrate di TripAdvisor, ovvero circa il 77%, è da riconoscere al **click-based advertising**: secondo un modello **cost per click**, ogni volta che un utente clicca su uno spot o prenota un albergo dalle pagine di TripAdvisor, l'advertiser (l'albergatore, il ristoratore, l'agente) paga un determinato fee. Il 10% delle entrate del portale è poi garantito dall'**advertising classico**, mentre il 13% è costituito dagli **abbonamenti** riservati ad alberghi, ristoranti e attrazioni turistiche, che pagano una quota fissa mensile per avere un'esposizione maggiore sul portale.





# La ricetta del successo

- 3) Aspetto endogeno: TripAdvisor è paragonabile ad un mercato a due versanti in cui le parti si autoalimentano e migliorano: si definiscono infatti mercati a due versanti, quei mercati caratterizzati dalla presenza di una piattaforma, gestita da un operatore (TripAdvisor), che svolge la funzione di luogo di incontro o collegamento sia fisico che virtuale fra due gruppi interdipendenti di utilizzatori, ciascuno appartenente ad un versante, (alberghi, ristoranti, ecc... da un lato, e utenti finali dall'altro) e consente loro di realizzare delle transazioni o, più in generale, delle interazioni, minimizzandone i costi (intesi in senso più ampio anche come sacrifici o disagi).





Quante volte, dopo una cena in ristorante o una notte trascorsa in hotel, ci siamo sentiti dire:  
**«Potrebbe lasciarci una recensione su TripAdvisor?»**  
Ma come funzionano le recensioni su TripAdvisor?

I recensori di TripAdvisor, pur registrandosi al sito con il proprio nome e cognome, possono scegliere se essere visualizzati, dagli utenti del sito, con nome e cognome, con nome e l'iniziale del cognome oppure un nickname.

Unico requisito essenziale per poter effettuare una recensione è quello di essere iscritti al sito. Sul sito TripAdvisor l'identità viene verificata solo ed esclusivamente per i proprietari delle strutture recensite, ciò avviene tramite una carta di credito, mentre ai recensori viene semplicemente chiesto un account email.

In base al numero di recensioni pubblicate, ogni utente TripAdvisor può ricevere diversi distintivi:

- Contributore (3-5 recensioni);
- Contributore esperto (6-10 recensioni);
- Recensore (11-20 recensioni);
- Recensore esperto (21-49 recensioni);
- Recensore super (50+ recensioni).

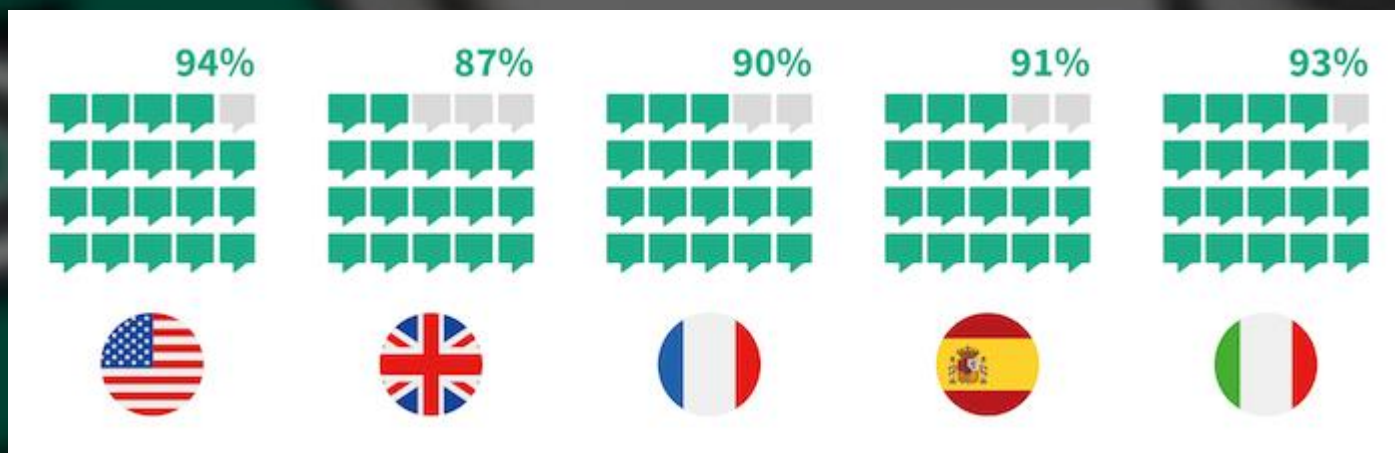


Per scrivere una recensione su TripAdvisor è necessario dichiarare che questa è unicamente frutto della propria esperienza personale e che non si ha alcun rapporto professionale o commerciale con il recensito né, tanto meno, si è stati pagati per scrivere la recensione.

Non sorprende che le recensioni online ricoprano un ruolo straordinario nelle decisioni dei consumatori. La grande maggioranza dei partecipanti ha dichiarato di scegliere i ristoranti in base alle recensioni online; in alcuni mercati fino al 72% ha ammesso di essere influenzato anche dalle foto.

In particolare, la maggior parte dei partecipanti ha dichiarato che i contenuti di TripAdvisor relativi ai ristoranti li hanno spinti a provare un nuovo ristorante.

## Le recensioni online influenzano la scelta dei ristoranti



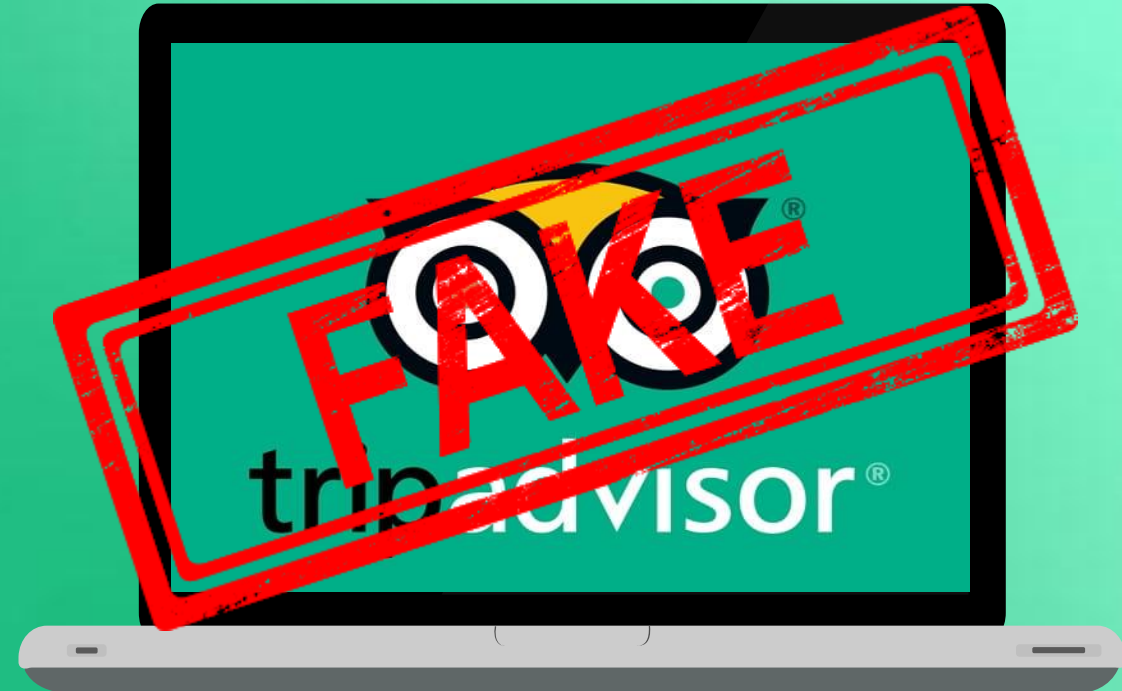


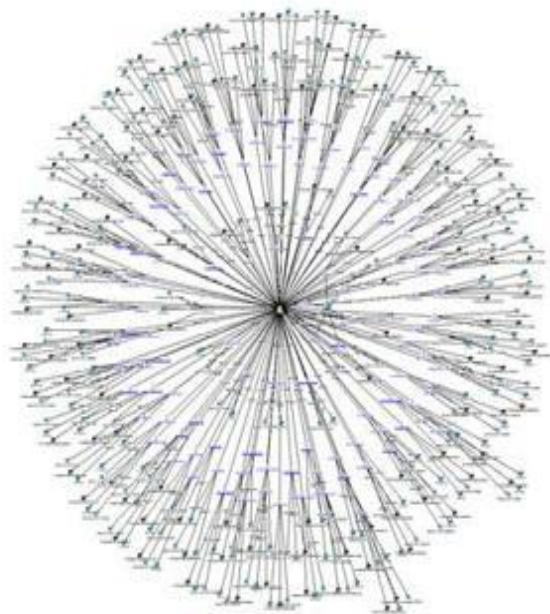
«L'affidabilità dei contenuti presenti sulla nostra piattaforma» – precisa il fondatore – «è una priorità per TripAdvisor, più che per chiunque altro. È il core business della nostra azienda: **se le persone pensassero che i nostri contenuti siano inaffidabili o poco utili, non tornerebbero sul nostro sito**».

Tra gennaio e dicembre 2018, TripAdvisor ha ricevuto oltre 66milioni di recensioni dalla sua community globale. Ogni recensione inviata è stata sottoposta a un rigoroso processo di moderazione ed il 96,6% è stato pubblicato sulla piattaforma. Il 4,7% (circa 3 milioni di recensioni) è stato rifiutato o rimosso dalla tecnologia di analisi avanzata o manualmente dal team di moderazione dei contenuti.

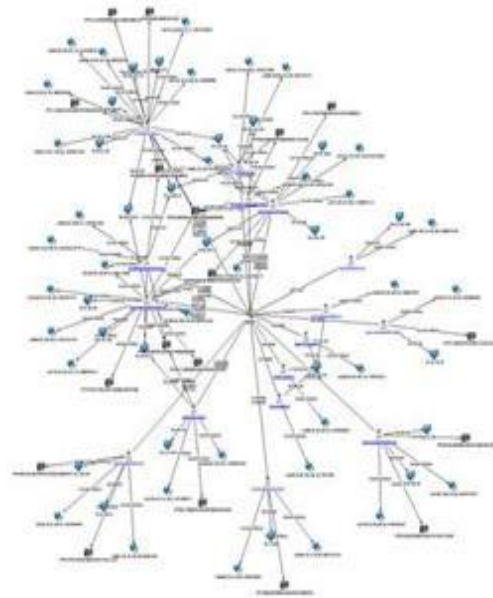
Le motivazioni che hanno portato alla rimozione dei contenuti, precisa TripAdvisor, vanno dalle **violazioni delle linee guida** (come l'uso di volgarità) fino ai casi di truffe sulle recensioni.

Esaminando in particolare le recensioni false, il report evidenzia che solo una piccolissima percentuale delle recensioni inviate (2,1%) è stata giudicata falsa, mentre la maggior parte di queste (73%) è stata bloccata prima di essere postata. Infine, sottolineano dalla piattaforma, meno dello 0,6% di tutte le recensioni inviate (374.220) è stato postato su TripAdvisor prima di essere **rimosso per frode**.





Lo schema normale delle recensioni per un albergo o ristorante su TripAdvisor



Un esempio di frode, con le connessioni in evidenza tra gli utenti che recensiscono

Al controllo delle recensioni lavorano circa 300 persone che parlano nel complesso 28 lingue.

Ciò ha permesso a TripAdvisor di disporre di un algoritmo che, giorno dopo giorno, migliora la propria performance e smaschera i furbetti di turno.

Ma quali sono gli strumenti che permettono a TripAdvisor di catturarli?

- Localizzazione e indirizzo IP di chi lascia una recensione;
- Relazioni che il recensore ha con altri utenti e in generale il suo comportamento sul sito;
- Cookie;
- Amici degli amici su Facebook del gestore della struttura.

TripAdvisor non considera solo le false recensioni come attività fraudolente ma diverse altre azioni che possano migliorare la reputazione della propria struttura in modo irregolare come:

- Sollecitare recensioni solo dagli ospiti che hanno avuto un'esperienza positiva;
- Scrivere una recensione sulla propria struttura;
- Chiedere a parenti e amici di scrivere recensioni positive;
- Inserire una recensione per conto di un cliente;
- Copiare i commenti dal libro degli ospiti e poi inviandoli come recensioni;
- Fare pressioni su un utente di TripAdvisor perché rimuova una recensione negativa;
- Offrire incentivi quali sconti, upgrade o trattamenti speciali in cambio di recensioni, ecc.





## Competitors

- Tripadvisor ha a che fare con la concorrenza.
- In realtà nonostante sia nato come una grandissima innovazione esso è nato in un contesto già competitivo, formato da riviste di viaggi, libri, agenzie ed altri mezzi di informazione in voga prima dell'avvento di internet. Essi potevano assicurare serietà, ma non disinteresse nei giudizi, o almeno la percezione che gli utenti potevano averne.
- Oltre a questi, già nel giorno della nascita di Tripadvisor erano presenti in internet Blog di viaggi con funzionamenti simili, frequentati da molti utenti, anche se l'affluenza era chiaramente minore di quella dei giorni nostri vista la minore diffusione del mezzo. Questi avendo recensioni di altri utenti potevano godere di maggiore fiducia sulla bontà dei giudizi, ma chiaramente essendo strutturati principalmente in maniera amatoriale, non possedevano la professionalità necessaria per fornire informazioni e renderle accessibili a tutti.



Uno dei motivi che permesso Tripadvisor di battere questi due tipi di concorrenza, è quello di essere riuscito a prendere le migliori caratteristiche da entrambi, la professionalità e l'idea di serietà" che davano i primi e il "disinteresse" quindi l'obiettività che potevano concedere i secondi.

-Oltre a questi due tipi di concorrenza, che comunque sono tuttora presenti, negli anni sono nati nuovi siti che permettono di organizzare viaggi e permettere la conoscenza di nuovi hotel e ristoranti, alcuni con funzionalità molto simili a Tripadvisor, altri che competono con esso in maniera trasversale, sostanzialmente fornendo informazione.







## Motori di ricerca e social

-Paradossalmente nel panorama digitale moderno, i tra i primi concorrenti di Tripadvisor ci sono proprio i social e i motori di ricerca come Google, Facebook, Yahoo (in particolare yahoo viaggi), e Baidu

-Questo perchè grazie al loro sviluppo, essi sono riusciti a fornire agli utenti una quantità sempre maggiore di informazioni e di qualità delle stesse, permettendo quindi a chi ne usufruisce, di ottenere facilmente vantaggi simili a quelli offerti dal sito.

-Questo è uno dei motivi per i quali Tripadvisor ha dovuto sviluppare altre strategie e diversificare i suoi servizi. Poiché la maggior parte degli utenti si interfaccia prima di ogni altra cosa con un motore di ricerca, o con un social, il sito si è dovuto preoccupare di fornire innanzi tutto più servizi, più informazioni e più sicurezza di quanto ne potessero offrire questi, per ottenere l'attenzione dell'utente

-Oltre a questi concorrenti che potremmo definire indiretti Tripadvisor deve avere a che fare anche con una concorrenza più diretta ovvero altri siti che propongono uguali o molto simili, ovvero altri siti specializzati, essi sono: Airbnb, Inc, Alibaba, Ctrip .com international, Holiday check, Home away ecc...

-Per combattere questa concorrenza "specializzata" è stato indispensabile, espandere il portfolio ed il raggio di azione del portale. Tra il 2007 e il 2008 vengono infatti acquisite molte compagnie legate al mondo dei viaggi, come Smarter Travel Media, The Independent Traveler, Holiday Watchdog, Virtualtourist e FlipKey.com. Le acquisizioni sono molte altre e risulta difficile citarle tutte.

-Nel 2009 poi lancia la sua versione cinese, ovvero [www.daodao.com](http://www.daodao.com), per ottenere utenti anche in altri mercati.







- In sostanza quindi, in questo nuovo panorama digitale, per Tripadvisor è stato fondamentale
- crescere ed innovarsi per battere la concorrenza.
- -Per superare i social ed i motori di ricerca, ha dovuto fornire un ventaglio più ampio ed una
- maggiore qualità dei servizi, battendoli quindi in specializzazione del prodotto.
- -Per sconfiggere i competitors diretti, facendo acquisizioni strategiche ed esplorando nuovi
- settori ed aree competitive, in modo da sottrargli maggiore quantità di utenti e quindi importati
- fette di mercato da una parte, e differenziando l'investimento dall'altra.







 **tripadvisor®**



**Grazie per l'attenzione**