

Global Review Index™

Top Hotel Rankings di Milan



Febbraio 2013
www.reviewpro.com

ReviewPro

Introduzione

Il presente studio è basato sulle classifiche dei migliori hotel secondo il Global Review Index™ Top Hotel Rankings di ReviewPro, ovvero su una graduatoria di settore che valuta gli hotel in funzione del livello di soddisfazione dei rispettivi ospiti.

Le classifiche, calcolate sulla base delle recensioni lasciate dagli ospiti in centinaia dei principali siti di recensioni e agenzie viaggi on-line, vogliono anzitutto essere uno specchio del settore. Finalmente, il settore alberghiero dispone di un punto di riferimento indipendente in ambito di reputazione on-line che consente agli hotel di valutare la propria presenza in rete e confrontare i propri risultati con quelli dei competitor diretti.

Le classifiche sono basate sul Global Review Index™ (GRI), un algoritmo di proprietà sviluppato da ReviewPro in collaborazione con i più qualificati esperti del settore alberghiero. Un unico indice consente agli hotel di conoscere il proprio punteggio di qualità attuale, monitorare la propria performance nel tempo e confrontare la propria reputazione on-line con quella dei competitor o di altri hotel della stessa catena. Attualmente, sono migliaia gli hotel di tutto il mondo che stanno utilizzando il Global Review Index™ sia come parametro interno chiave che come strumento per fissare i propri obiettivi in ambito di reputazione on-line.

Contact:

hotelrankings@reviewpro.com

+34 934 520 069

A Proposito di ReviewPro

ReviewPro consente agli albergatori di aumentare la soddisfazione degli ospiti e delle prenotazioni online in modo efficace gestendo la reputazione on-line e la presenza nei principali siti di social media. L'azienda fornisce l'analisi, la customer intelligence, il benchmarking competitivo e le relazioni necessarie in modo che i diretti interessati possano gestire più efficacemente la loro organizzazione. ReviewPro raggruppa milioni di commenti che si trovano sui social media, in 35+ lingue, da centinaia delle agenzie di viaggio online più importanti (OTA), pagine web e piattaforme online.

In seguito alla rapida crescita all'interno del mercato europeo, l'azienda si è espansa a livello internazionale acquisendo migliaia di hotel in oltre 70 paesi, tra i quali Louvre Hotels Group, Meliá Hotels International, The Red Carnation Hotel Collection, The Roger Smith Hotel, citizenM Hotels e Hotel Apex..



www.reviewpro.com



twitter.com/reviewpro



facebook.com/reviewpro



<http://reviewp.ro/gplusreviewpro>

Milan

I Migliori Hotel

Numero totale di hotels sottoposti a valutazione	253
Media di recensioni per hotel	458
Numero totale di recensioni	115.918

Global Review Index™
Media di tutti gli hotel
77.8%

Analisi Semantica

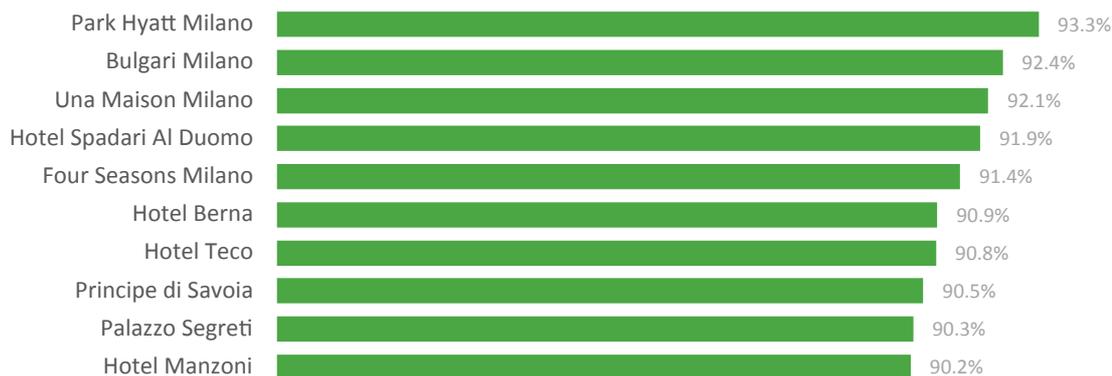
Concetti più elevati

Moderno
Rapido
Qualità-Prezzo
Ubicazione
Qualità

Concetti meno elevati

Chiasso
Odore
Riscaldamento
Aria Condizionata
Cuscino

Il Migliori 10 Hotels di Global Review Index™



Milan

I Migliori Hotel Nel Dettaglio

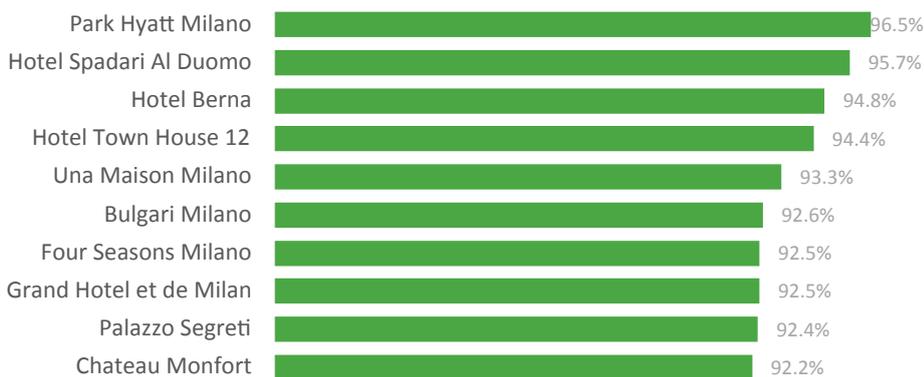
I 10 Top Hotels Dettagliati

Hotel	GRI™	Pulizia	Posizione	Stanza	Servizio	Qualità / Prezzo
Park Hyatt Milano	93.3%	96.7%	98.8%	93.5%	96.5%	80.2%
Bulgari Milano	92.4%	96.9%	94.1%	95.1%	92.6%	81.4%
Una Maison Milano	92.1%	94.5%	97.7%	93.3%	93.3%	83.0%
Hotel Spadari Al Duomo	91.9%	95.1%	97.1%	88.1%	95.7%	86.9%
Four Seasons Milano	91.4%	95.7%	92.7%	93.2%	92.5%	81.3%
Hotel Berna	90.9%	93.2%	91.4%	84.8%	94.8%	90.1%
Hotel Teco	90.8%	90.1%	84.0%	84.6%	82.5%	84.1%
Principe di Savoia	90.5%	95.5%	83.3%	92.5%	90.8%	80.6%
Palazzo Segreti	90.3%	96.5%	98.6%	90.1%	92.4%	85.2%
Hotel Manzoni	90.2%	96.8%	95.7%	88.6%	87.4%	85.8%

Milan

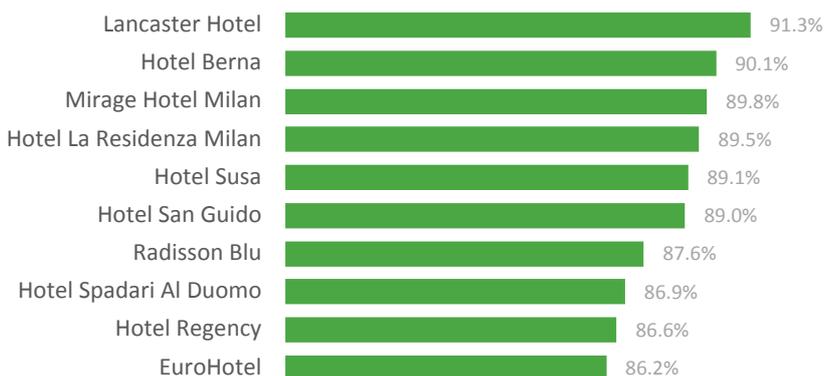
I Migliori Hotel nel Servizio & Qualità-Prezzo

Il Migliori 10 Hotels nel Servizio



Servizio
Media di tutti gli hotel
75%

Il Migliori 10 Hotels nel Qualità-Prezzo



Qualità-Prezzo
Media di tutti gli hotel
74.5%

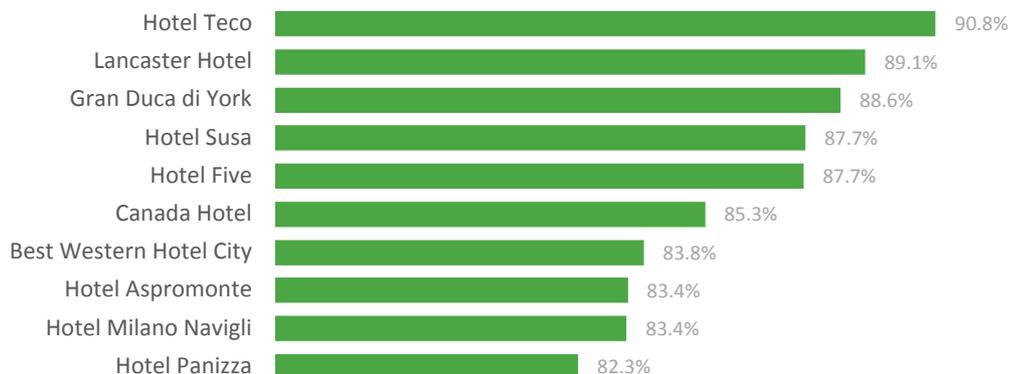
Milan

I Migliori Hotel - 3 Stelle

Numero totale di hotels sottoposti a valutazione	95
Media di recensioni per hotel	382
Numero totale di recensioni	36.247

Global Review Index™
Media di tutti gli hotel
74.9%

Il Migliori 10 Hotels di Global Review Index™



Milan

I Migliori Hotel - 4 Stelle

Numero totale di hotels sottoposti a valutazione	142
Media di recensioni per hotel	530
Numero totale di recensioni	75.226

Global Review Index™
Media di tutti gli hotel
79.1%

Il Migliori 10 Hotels di Global Review Index™

Una Maison Milano	92.1%
Hotel Spadari Al Duomo	91.9%
Hotel Berna	90.9%
Palazzo Segreti	90.3%
Hotel Manzoni	90.2%
Starhotels Echo	88.9%
Uptown Palace	88.8%
Klima Hotel Milano Fiere	88.1%
Antica Locanda dei Mercanti	88.0%
Camperio House Suites & Apartments	88.0%

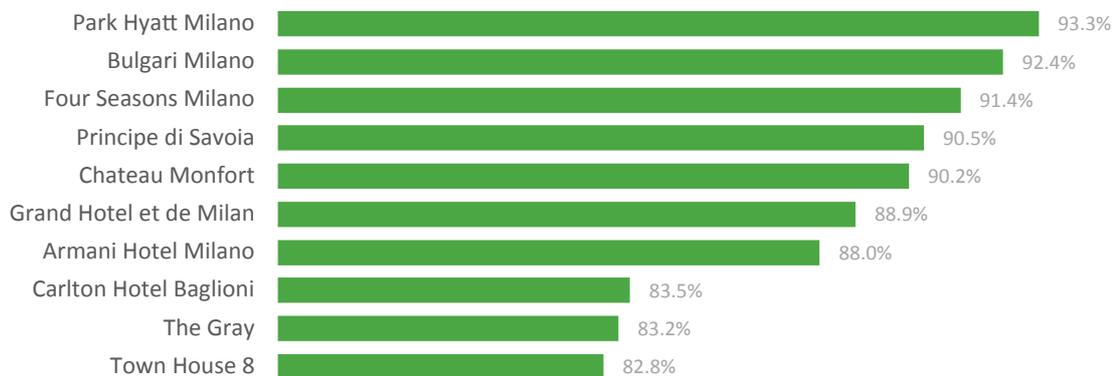
Milan

I Migliori Hotel - 5 Stelle

Numero totale di hotels sottoposti a valutazione	16
Media di recensioni per hotel	278
Numero totale di recensioni	4.445

Global Review Index™
Media di tutti gli hotel
84.9%

Il Migliori 10 Hotels di Global Review Index™



Metodologia

Nel presente studio si sottopongono a valutazione hotel di 3, 4 o 5 stelle. Ai fini del presente studio si sono valutate le recensioni lasciate dai clienti sulle principali pagine web e OTA di tutto il mondo. Per la realizzazione di tutte queste analisi si è utilizzata la soluzione di gestione della reputazione on-line e della presenza sui social media di ReviewPro.

Nello specifico, lo studio illustra i seguenti punti:

- *Numero totale di hotel sottoposti a valutazione:* sono stati presi in considerazione hotel di 3, 4 e 5 stelle.
- *Media di recensioni per hotel:* numero medio di recensioni per ciascun hotel arrotondato al numero intero più vicino.
- *Numero totale di recensioni:* per ciascun hotel si è tenuto conto delle recensioni degli ultimi 12 mesi, ovvero dal 1 Gennaio 2012 al 31 Dicembre 2012.
- *Global Review Index™ medio di tutti gli hotel:* il Global Review Index™ (GRI) medio di tutti gli hotel della città. Il GRI, punteggio che descrive in generale la reputazione on-line, è basato sui dati tratti da tutti i principali siti di recensioni e agenzie viaggi on-line. N.B.: Per definizione, il GRI si calcola esclusivamente per hotel con almeno 25 recensioni. Di conseguenza, il GRI medio non tiene conto delle strutture al di sotto di tale minimo.
- *Gli aspetti più e meno votati:* in tale sezione si è effettuata un'analisi semantica che ha consentito di individuare gli aspetti menzionati dagli ospiti nel testo delle proprie recensioni, distinguendo i commenti positivi da quelli negativi. Allo scopo del presente studio, le classifiche e gli aspetti più o meno votati sono basati sulla percentuale di commenti ricevuti, classificati come positivi o negativi. Un aspetto per essere tenuto in considerazione deve avere almeno 100 commenti.
- *I 10 migliori hotel secondo il Global Review Index™:* le classifiche sono basate sul Global Review Index™ (GRI). Come già illustrato anteriormente per il GRI medio, in tal caso si considerano solo gli hotel che abbiano ricevuto almeno 25 recensioni.
- *Top 10 nel dettaglio:* per ciascuno dei 10 top hotels valutiamo anche le principali aree dell'hotel (pulizia, posizione, camere, servizio e prezzo) tramite appositi indici di reparto. Tali punteggi sono basati sulle valutazioni degli ospiti in merito a specifici aspetti del proprio soggiorno, mentre il GRI è calcolato sul punteggio generale espresso nelle recensioni. N.B.: Giacché nella maggior parte dei siti di recensioni le valutazioni delle diverse aree sono indipendenti rispetto alla valutazione generale, il GRI e gli indici di reparto non sono direttamente correlati.

Il Nostro Prodotto

[Richiedi a Demo](#)

La nostra soluzione consente a singoli hotel, marchi, catene e società di gestione di migliorare il livello di soddisfazione dei propri ospiti e, allo stesso modo, di potenziare la crescita dei ricavi:

- Sapere tutto quello che si dice on-line in merito al proprio hotel ("mystery shopper", 24 ore su 24, 7 giorni su 7)
- Individuare le aree da migliorare sulla base dei punteggi e dei commenti lasciati dai clienti nelle recensioni
 - Il Global Review Index™ assegna un punteggio alla reputazione on-line che funge da riferimento nel settore
 - Analisi semantica multilingue: potente ma semplice da usare
- Aumentate i ricavi
 - Massimizzare il costo medio giornaliero per camera prenotata in un hotel
 - Ottimizzare i ricavi derivati dalla distribuzione on-line
 - Aumentare il tasso di conversione diretta
- Benchmarking competitivo a livello di hotel, gruppo, marchio e catena
- Integrare i risultati dei sondaggi già effettuati per avere sott'occhio in un'unica interfaccia il feedback di tutti gli ospiti
- Generazione automatica di report allo scopo di coinvolgere l'intero team nel processo di miglioramento
- Formazione e assistenza a livello sia di catena che di singolo hotel

