

Cosa l'AI pensa del tuo brand

**Come le recensioni costruiscono
fiducia e fanno consigliare il tuo brand
da ChatGPT, Gemini e non solo.**

Per un'analisi approfondita che va oltre questo executive
summary, ti invitiamo ad accedere al report completo [qui](#).

A proposito dello studio

Obiettivo dello studio

Comprendere come i sistemi di AI utilizzano le recensioni di terze parti e verificare se Trustpilot influenzi la visibilità del brand nella ricerca basata sull'intelligenza artificiale.

La portata dello studio

★ Prompt inviati a 4 grandi piattaforme di AI:



- ★ **804.491** risposte AI analizzate
- ★ **1.926** brand monitorati in 8 settori diversi
- ★ Tutti i brand analizzati hanno sede negli **Stati Uniti**
- ★ I test sono stati condotti a **marzo 2026**

Insight chiave

L'AI usa i testi delle recensioni per elaborare le risposte

#2

I siti di recensioni e di fiducia sono la seconda categoria di fonti più citata nello studio.

+16x

La quota di citazioni dell'AI verso i siti di recensioni cresce di 16 volte passando dalla fase di Awareness (Consapevolezza) alla fase di Decision (Decisione). Più il consumatore si avvicina all'acquisto, più l'AI si affida ai dati delle recensioni.

Un profilo Trustpilot aiuta a fare la differenza

1%

di tasso di citazione per i brand senza un profilo Trustpilot.

54%

di tasso di citazione dopo aver reclamato il profilo (risultato raggiungibile con appena 13 recensioni).

75%

di tasso di citazione Trustpilot per le aziende che ottimizzano il profilo e raccolgono una media di 81 recensioni.

Trustpilot offre un vantaggio competitivo

+9,5x

menzioni congiunte (co-menzioni) competitive in più per i brand con un profilo Trustpilot ottimizzato e un elevato numero di recensioni, rispetto ai brand senza profilo.

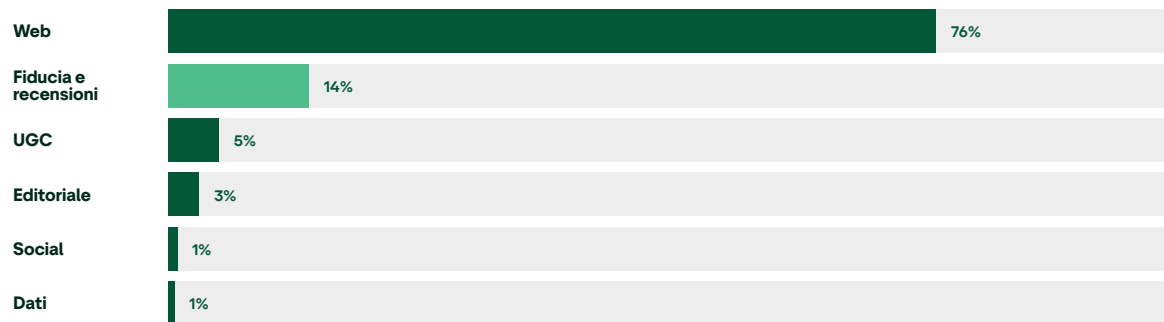
+43x

Il picco di crescita più alto nel dataset è stato registrato nel settore Viaggi e vacanze, nel passaggio da nessun profilo a un profilo reclamato.

Il passaggio alla ricerca AI e il ruolo delle recensioni

La ricerca AI sta già cambiando il comportamento dei consumatori

Per oltre vent'anni, la visibilità di brand è dipesa dal posizionamento nei risultati di ricerca di Google. Oggi, con la ricerca AI, i brand competono per essere inclusi in un'unica risposta generata. Le piattaforme di AI generativa attraggono 7 miliardi di visite web mensili (in crescita del 76% anno su anno) e i download di app AI per dispositivi mobile sono cresciuti del 319%, raggiungendo quota 1,9 miliardi.¹ La tradizionale domanda di marketing "le persone riescono a trovarci online?" è stata ufficialmente sostituita da: "quando si chiede all'AI di noi, qual è la risposta?"



Le recensioni sono una componente essenziale della visibilità AI

Nella considerazione di un brand, i motori di AI non si affidano esclusivamente ai siti proprietari delle aziende; necessitano di una validazione indipendente per verificare le dichiarazioni del brand. I siti di recensioni e fiducia sono la **seconda categoria di fonti più citata** dai motori di AI, superando i contenuti generati dagli utenti (UGC), i social media e i contenuti editoriali.

¹SimilarWeb 2025 Generative AI Landscape: The State Of Gen AI

Le recensioni sono critiche nella parte bassa del funnel di marketing

Più un consumatore si avvicina all'acquisto, più l'AI attinge ai dati delle recensioni. Le citazioni delle recensioni si impennano di **16 volte** passando dalla fase iniziale di awareness alla fase finale di intenzione d'acquisto.

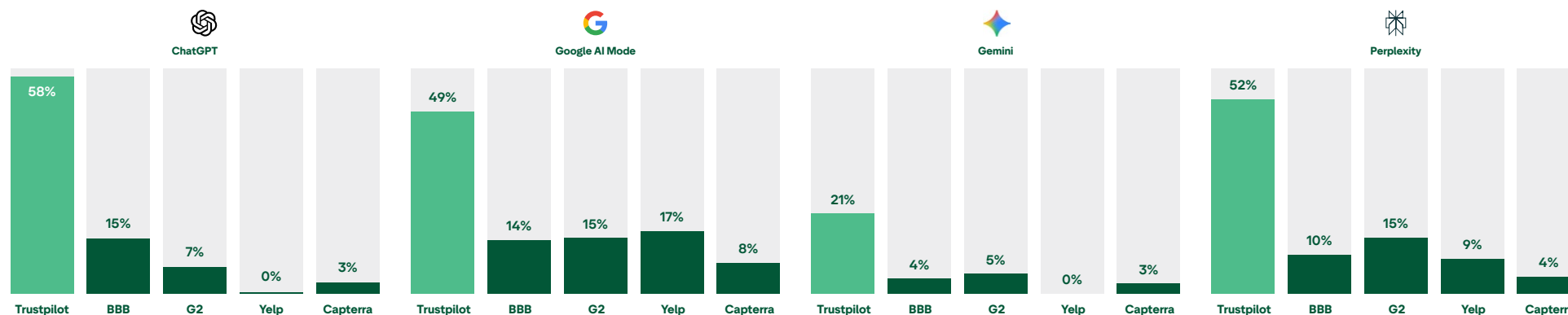
Le citazioni delle recensioni aumentano nelle fasi di valutazione e di intenzione d'acquisto



Il ruolo di Trustpilot e la soglia minima per vincere

Trustpilot è la piattaforma di recensioni leader

Lo studio di SEER Interactive ha analizzato **804.491 risposte AI** su 4 grandi piattaforme. In ognuno dei motori testati, Trustpilot è risultata la piattaforma di recensioni più citata con un distacco significativo.



Nota: il 99,5% di queste citazioni è stato trainato dalla forza dei contenuti organici di Trustpilot e dalla sua struttura ottimizzata per l'AI, non perché l'AI abbia cercato specificamente il nome "Trustpilot".

Come aumentare di 50 volte la visibilità AI con Trustpilot

Le aziende non hanno bisogno di uno storico immenso di recensioni per cambiare istantaneamente il modo in cui l'AI le percepisce. I brand senza profilo hanno un **tasso di citazione dell'AI pari all'1%**. Reclamare semplicemente il profilo e raccogliere una media di **appena 13 recensioni** innesca un salto immediato al **54% di tasso di citazione da parte dell'AI**. Inoltre, espandere il proprio archivio fino a **circa 80 recensioni** porta il **tasso di citazione al 75%**.

Coorte	Definizione	Tasso di citazione AI
Nessun profilo	Profilo Trustpilot non reclamato	1%
Profilo essenziale	Profilo reclamato, ~13 recensioni	54%
Profilo attivo	Profilo reclamato, ~81 recensioni	75%

Insight chiave

L'impatto mostrato qui non è un miglioramento graduale. È una trasformazione radicale e avviene alla soglia minima di attività su Trustpilot.

Reclamare un profilo e raccogliere un piccolo numero di recensioni è l'azione a più alto rendimento osservata nell'intero studio.

Come l'AI usa le recensioni e la strategia delle “co-menzioni”

L'AI usa le tue recensioni per creare le risposte

Il **59%** delle risposte di ChatGPT fa riferimento diretto al TrustScore o alla valutazione in stelle come scorciatoia di credibilità. Ma i modelli di AI non si limitano a contare le stelle: leggono il testo per sintetizzare i temi ricorrenti. Quando costruiscono la narrativa del tuo brand, i modelli di AI analizzano attivamente le tue recensioni cercando cinque temi principali legati alla customer experience:

Tema	Tasso di citazione
Qualità del servizio clienti	63%
Spedizione e consegna	34%
Qualità del prodotto/servizio	33%
Dubbi su truffe/legittimità	30%
Problemi di rimborso/reso	21%



Il pericolo di un profilo mancante: se mancano prove indipendenti e verificate, l'AI interpreta questa assenza come un gap di fiducia. Durante la ricerca di brand privi di un profilo, ChatGPT ha segnalato esplicitamente la mancanza di una validazione indipendente nel **34,4%** delle risposte.

Distinguersi dai competitor: l'effetto “co-mentione”

Mentre le citazioni dirette proteggono lo spazio del tuo brand, la visibilità competitiva ti permette di conquistare quote di mercato. Una “co-mentione” (menzione congiunta) si verifica quando l'AI raccomanda il tuo brand come alternativa mentre un consumatore sta chiedendo esplicitamente informazioni sul tuo competitor. I brand con profili Trustpilot ottimizzati e un alto volume di recensioni ricevono **9,5 volte più co-menzioni** rispetto ai brand senza profilo.

9,5x

I brand con un profilo ottimizzato vengono menzionati 9,5 volte più spesso **quando i consumatori chiedono all'AI informazioni sui loro competitor**, rispetto ai brand senza profilo.

La checklist in 3 fasi per la visibilità AI

Abbiamo creato una semplice checklist per aiutarti a trasformare le recensioni dei clienti in un potente vantaggio competitivo nell'era dell'AI:

Fase 1

Stabilisci la tua presenza

- ☐ Crea e verifica il tuo profilo Trustpilot.
- ☐ Automatizza gli inviti alle recensioni per i tuoi clienti.
- ☐ Rispondi a ogni recensione per dimostrare che il tuo profilo è attivo e affidabile.

Fase 2

Raccogli più recensioni per aumentare il tasso di citazione

- ☐ Richiedi recensioni in diversi punti del customer journey.
- ☐ Imposta KPI di base focalizzandoti su volume, attualità (recency) e copertura dei temi chiave.
- ☐ Rispondi regolarmente ai feedback per assicurarti che i modelli di AI riconoscano dati freschi e aggiornati.

Verifica la visibilità del tuo brand nell'era dell'AI



Parla oggi stesso con un membro del team di esperti Trustpilot.

Fase 3

Costruisci il tuo vantaggio competitivo

+9.5x di incremento nelle co-menzioni

- ☐ Mantieni un flusso costante di recensioni recenti.
- ☐ Effettua regolarmente test con prompt di confronto e alternative sulle principali piattaforme di AI per monitorare le co-menzioni del tuo brand.
- ☐ Utilizza i feedback dei clienti per ottimizzare le tue operazioni e offrire una customer experience superiore.