



Trustpilot introduce nuove funzionalità per aiutare i brand a farsi trovare ed essere scelti nell'era dell'intelligenza artificiale

Descrizione

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

I nuovi strumenti consentono alle aziende di rafforzare la propria visibilità e credibilità nei percorsi di acquisto guidati dall'AI, trasformando le recensioni in un vero vantaggio competitivo

MILANO, 15 aprile 2026 /PRNewswire/ - Trustpilot, la più grande piattaforma indipendente di feedback dei consumatori al mondo, annuncia oggi il lancio di una nuova serie di funzionalità pensate per aiutare i brand a gestire e ottimizzare il percorso d'acquisto sempre più influenzato dall'intelligenza artificiale. In un contesto in cui gli agenti AI guidano in misura crescente le decisioni dei consumatori, Trustpilot mette a disposizione delle aziende i segnali di fiducia fondamentali per spingere un potenziale cliente dalla semplice curiosità all'acquisto. Questo nuovo contesto supera il concetto di semplice visibilità e permette ai brand di preservare credibilità e influenza lungo tutto il customer journey, valorizzando l'unico elemento che l'intelligenza artificiale non può replicare: l'esperienza autentica delle persone.

Oggi, oltre il 58% dei consumatori si affida all'AI generativa per ricevere consigli, l'impatto dello shopping guidato dall'intelligenza artificiale non è mai stato così grande. Nonostante l'evoluzione tecnologica, tuttavia, questi sistemi continuano a basarsi su segnali autentici come recensioni online, forum e conversazioni sui social media. In questo scenario, Trustpilot rappresenta una fonte chiave di dati: tra giugno e agosto 2025, le citazioni della piattaforma su ChatGPT sono cresciute del 246%, portando la piattaforma a diventare, a gennaio 2026, il quinto sito più citato a livello globale dal sistema.

Il nuovo framework di Trustpilot ruota attorno alle 3R della fiducia nell'era dell'AI, Recency, Relevance e Ranking (attualità, pertinenza e posizionamento), segnali che guidano i sistemi di intelligenza artificiale e che permettono ai brand di restare sempre rilevanti, pertinenti e visibili. Le nuove funzionalità permettono alle aziende di mantenere la propria reputazione sempre aggiornata,

coerente e accessibile lungo tutto il customer journey:

In qualità di più grande piattaforma di recensioni al mondo, Trustpilot offre uno dei data set più influenti per il modo in cui i brand vengono scoperti attraverso l'AI. A giugno 2025, la piattaforma ospitava oltre 361 milioni di recensioni attive e continua a rafforzare il proprio impegno sull'autenticità: solo nel 2025 ha rimosso 7,8 milioni di recensioni false, il 91% delle quali intercettate automaticamente. Una combinazione di portata e affidabilità che rende i dati di Trustpilot particolarmente strategici per i sistemi di ricerca basati sull'intelligenza artificiale, sempre più orientati a valorizzare esperienze umane autentiche.

Con l'aumento dell'influenza dell'AI, le aziende si trovano per ad affrontare una nuova sfida: la visibilità. Le ricerche indicano che i brand che non appaiono tra i risultati dei sistemi AI potrebbero registrare una riduzione del traffico organico compresa tra il 20% e il 50%.

L'intelligenza artificiale sta ridefinendo il modo in cui i consumatori scoprono e scelgono i brand e avere feedback dei clienti dettagliati e aggiornati non è mai stato così importante, ha dichiarato Ciaran Dynes, Chief Product Officer di Trustpilot. Con le nuove metriche di visibilità AI aiutiamo le aziende a passare da una fase di incertezza a un approccio più strategico, mostrando concretamente come rafforzare i segnali che i sistemi AI utilizzano per consigliare un brand.

Con oltre 361 milioni di recensioni e una domain authority

[1]

pari a 93, i dati strutturati di Trustpilot contribuiscono in modo significativo alla visibilità dei brand all'interno dell'ecosistema AI. Questo è il primo passo di un progetto più ampio che mira a rafforzare il ruolo di Trustpilot come punto di riferimento per la fiducia nel commercio guidato dall'AI.

A proposito di Trustpilot

Trustpilot è nata nel 2007 con un'idea semplice ma potente, oggi più attuale che mai: essere il simbolo universale della fiducia, unendo consumatori e aziende attraverso le recensioni. Trustpilot è aperto, indipendente e imparziale: aiuta i consumatori a fare le scelte giuste e le aziende a creare fiducia, crescere e migliorare. Oggi, Trustpilot conta oltre 361 milioni di recensioni sulla piattaforma e più di 160 miliardi di impression annue su Trustbox, e i numeri continuano a crescere. L'azienda ha più di 1.000 dipendenti e la sede centrale è a Copenaghen, con uffici ad Amsterdam, Denver, Edimburgo, Amburgo, Londra, Melbourne, Milano e New York. Per maggiori informazioni: <https://business.trustpilot.com/>

[1]

La Domain Authority è un punteggio da 1 a 100 che misura autorevolezza e affidabilità di un sito web agli occhi dei motori di ricerca.

Logo https://mma.prnewswire.com/media/2236459/5915160/Trustpilot_Logo.jpg

View original content to download multimedia:<https://www.prnewswire.com/it/comunicati-stampa/trustpilot-introduce-nuove-funzionalita-per-aiutare-i-brand-a-farsi-trovare-ed-essere-scelti-nellera-dellintelligenza-artificiale-302741966.html>

Copyright 2026 PR Newswire. All Rights Reserved.

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE: Immediapress Ã¨ un servizio di diffusione di comunicati stampa in testo originale redatto direttamente dallâ??ente che lo emette. Lâ??Adnkronos e Immediapress non sono responsabili per i contenuti dei comunicati trasmessi

â??

[immediapress/pr-newswire](https://www.immediapress.com/pr-newswire)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Aprile 15, 2026

Autore

redazione

default watermark