

REPORT DI COMPETITIVE INTELLIGENCE

Diamond Experience Hotel



Riccione · Centro, vicino a viale Ceccarini, a circa 50-60 metri dal mare

Analisi generata il 2026-10-16

HOTEL INTEL · ANALISI AI

Executive Summary

Diamond Experience Hotel registra un rating medio di 3.9/5 su Google e 3.85/5 calcolato su 162 recensioni analizzate, nettamente sotto la media del set competitivo di 6 hotel a Riccione su Google (media_rating_set 4.33/5, range 4.0-4.7/5; stessa fonte, confronto omogeneo su un set selezionato, non censimento di zona). Tutti i 6 competitor del set (Hotel Boemia 4.5/5, Hotel La Cappuccina 4.4/5, Hotel Cimarosa 4.0/5, Hotel Fantasy 4.7/5, Hotel Giulietta 4.2/5, Royal Boutique Hotel 4.2/5) hanno un rating Google pari o superiore a quello del cliente: Diamond Experience si posiziona quindi ultimo nel set analizzato. Il breakdown Booking conferma la criticità strutturale: Pulizia (8.5/10 vs media zona 8.95, Critico), Rapporto qualità-prezzo (8.11/10 vs 8.66, Critico), Servizi (8.02/10 vs 8.68, Critico) e Comfort (8.25/10 vs 8.88, Critico) sono tutti sotto la media di zona, mentre solo WiFi (9.38/10 vs 8.46, Eccelle) e Posizione (9.04/10, comunque sotto media zona 9.23) emergono come punti relativamente forti.

✓ Punti di Forza

- Posizione centralissima vicino a viale Ceccarini e al mare, citata in ~47% delle recensioni (76 su 162) con punteggio Booking 9.04/10 (il più alto della struttura, anche se leggermente sotto media zona 9.23)
- Staff cordiale e disponibile, ~58% menzioni positive nel testo (94 su 162) con 5 dipendenti citati per nome con elogi diretti, pur con Booking Staff 8.86/10 sotto media zona (9.21, Critico)
- WiFi gratuito eccellente, unico parametro sopra media zona su Booking (9.38/10 vs media zona 8.46)
- Ristorazione a buffet abbondante apprezzata in ~48% delle recensioni (78 su 162) e colazione ricca citata positivamente in ~31% (51 su 162)

✗ Criticità

- Camere e aree comuni datate: ~30% del campione (48 recensioni) segnala camere piccole/datate e ~22% (35 recensioni) chiede un restauro, confermato da Booking Comfort 8.25/10 e Servizi 8.02/10 (entrambi Critico vs media zona)
- Pulizia disomogenea con episodi gravi di insetti in camera (cimici, grilli, scarafaggi) in recensioni recenti: ~17% del campione (28 recensioni), confermato da Booking Pulizia 8.5/10 (Critico vs media zona 8.95)
- Classificazione a 4 stelle contestata: ~11% del campione (18 recensioni) ritiene lo standard non giustificato, confermato da Booking Rapporto qualità-prezzo 8.11/10 (Critico vs media zona 8.66)
- Gestione del collegamento con l'hotel Royal: ~6% delle recensioni (9 su 162) segnala spostamenti di camera/hotel non concordati e condivisione di piscina, con episodi anche molto

↗ Opportunità

- 0 keyword presidiate su 24 keyword a domanda attribuibile alla destinazione (~72340/mese): «hotel riccione» (22200/mese), «lungomare hotel riccione» (8100/mese), «hotel riccione sul mare» (6600/mese) e «hotel 4 stelle riccione» (2900/mese) risultano tutte non posizionate, nonostante la posizione centrale sia il punto di forza più citato nelle review (~47%)
- «family hotel riccione» (3600/mese) non presidiata, mentre le famiglie rappresentano ~15% dei viaggiatori Booking (46/303) e ~35% delle menzioni testuali citano famiglie (34 occorrenze) — domanda di ricerca specifica non intercettata nonostante camere Family comunicanti e piscina bimbi tra i servizi offerti
- Mercato tedesco e nord-europeo marginale: solo ~1.3% delle recensioni Booking in lingua tedesca (4 su 303) e ~2.3% in inglese (7 su 303), a fronte di una

recenti (Eleonora Bellini, 4 settimane fa)

- Momentum reputazionale in calo: media ultimi 3 mesi 3.77/5 (122 recensioni) vs 3.93/5 dei 3 mesi precedenti (35 recensioni), delta -0.16, con problemi di igiene (insetti) emersi in recensioni dell'ultimo mese più gravi della generica 'pulizia non accurata' dei periodi precedenti

clientela quasi totalmente italiana (~92%, 278 su 303) — potenziale internazionalizzazione non sfruttato

- Overlap keyword organico con competitor diretti come hotelroyalriccione.it (19 keyword in comune, ZA 34) e info-alberghi.com (17 keyword in comune, ZA 35) indica un posizionamento SEO ancora da consolidare rispetto a portali e hotel concorrenti con autorità di dominio comparabile o superiore (ZA cliente non noto ma traffico stimato complessivo 6029 su 150 keyword posizionate)

✓ Ideale per

Viaggiatori singoli e coppie che cercano una base centrale a pochi passi da viale Ceccarini e dal mare, con buon cibo a buffet e staff cordiale, senza pretese di camere moderne o di uno standard alberghiero di lusso. Adatto anche a famiglie che cercano una vacanza balneare semplice, grazie a piscina, spiaggia convenzionata e colazione abbondante.

✗ Meno adatto per

Il sito dedica pagine specifiche a vacanze di coppia romantiche e relax/benessere per due (es. /it/vacanze-di-coppia-relax-e-benessere-per-due-un-esperienza-romantica.php), ma le review non confermano ancora questo posizionamento: il 30% delle recensioni lamenta camere piccole/datate e il 17% problemi di pulizia, elementi che mal si conciliano con un'esperienza romantica di fascia alta. Allo stesso modo, il sito propone offerte per fiere e convegni (Tecnocasa, ExpoDental, Rimini Wellness) ma solo l'3,5% dei viaggiatori Booking è classificato come 'per affari' e nessuna recensione nel campione conferma un'esperienza business positiva: il posizionamento dichiarato non trova ancora riscontro operativo nelle recensioni.

Profilo Hotel

INFORMAZIONI GENERALI

Nome	Diamond Experience Hotel
Classificazione	4 stelle
Località	Riccione - Centro, vicino a viale Ceccarini, a circa 50-60 metri dal mare
Fascia Prezzo	mid-range
Stagionalità	seasonal
Atmosfera	Resort/ vacanziera, informale, giovane e dinamica, orientata al relax e all'esperienza locale ("local" di Riccione)

SERVIZI PRINCIPALI

Ristorante con buffet	Colazione a buffet con dolci fatti in casa
Wellness Corner (yoghurt, muesli, cereali)	
Outdoor SPA su 3 livelli con piscine riscaldate e idromassaggio	Piscina bimbi
Docce emozionali con aroma e cromoterapia	
Terrazza relax panoramica e green solarium vista mare	
Parcheggio privato e garage sotterraneo (a pagamento)	Reception e bar aperti 24h
Check-in online	Late check-out (su disponibilità, a pagamento)

TARGET

Coppie	Famiglie con bambini
Viaggiatori business/fiere e convegni (Tecnocasa, ExpoDental, Rimini Wellness, Tecnarg)	
Sportivi (triathlon, ciclismo, nuoto sincronizzato, superbike)	
Giovani/amanti della musica e vita notturna (eventi come DeeJay on Stage, Notte Rosa, etc.)	
Viaggiatori dinamici in cerca di libertà e mobilità	Chi cerca benessere/relax termale

UNIQUE SELLING POINTS

- ★ Posizione centralissima vicino a viale Ceccarini, a 50-60 metri dal mare
- ★ Outdoor SPA a cielo aperto su 3 livelli con piscine riscaldate
- ★ Ristorante con buffet curato, attenzione a intolleranze e celiachia
- ★ Consigli esperti da "local" riccionesi su spiagge, ristoranti ed esperienze del territorio
- ★ Sostenibilità sociale: equità contrattuale e collaborazione con professionisti del territorio
- ★ Parcheggio privato e garage sotterraneo
- ★ Reception e bar aperti 24 ore
- ★ Vicinanza a eventi e fiere di Rimini e Riccione (facilmente raggiungibili a piedi in pochi minuti)

★ Analisi Reputazione

3.93

Media ponderata /5
2 fonti comparabili

3.9

Google · 98 rec.

8.0/10

Hotels.com · 39 rec.

La media ponderata normalizza a /5 rating su scale diverse (Booking/Kayak/Hotels.com in /10) e li pesa sul n° recensioni: può differire dal rating della singola piattaforma.

● Mercato tedesco — HolidayCheck

Struttura non presente su HolidayCheck

Assenza totale di presidio sul principale portale recensioni del mercato tedesco (DACH): opportunità di creazione scheda e raccolta recensioni sul canale tedesco.

HolidayCheck è il principale portale recensioni dell'area di lingua tedesca (DACH): presenza qui = visibilità sul mercato tedesco, indipendente dai portali italiani/internazionali. Il conteggio riflette la policy HolidayCheck sulle recensioni valide e può differire dal totale storico visibile sul sito.

⊗ Criticità Identificate

Camere e Comfort (datate, piccole, insonorizzazione scarsa)

Outlier

~30%

"Per essere un 4 stelle la stanza era piccola e datata"

✓ Confermato da breakdown

Struttura e Aree Comuni datate (necessità di restauro)

Outlier

~20%

"La struttura appare decisamente datata e, a mio avviso, avrebbe bisogno di un'importante ristrutturazione"

✓ Confermato da breakdown

Pulizia camere (sporcizia, muffa, insetti)

Outlier

~15%

"La pulizia è stata semplicemente inaccettabile"

✓ Confermato da breakdown

✓ Punti di Forza

Staff e Servizio

~60%

"Personale molto gentile e disponibile"

Ristorazione

~50%

"Pranzo e cena ottimi con menù vario, dagli antipasti al dolce"

Posizione

~45%

"Bellissima esperienza nel cuore di Riccione, a due passi dal mare e da viale Ceccarini"

✓ Confermato da breakdown

Pulizia e Igiene

~35%

"Struttura ordinata e pulita, camere curate nei dettagli"

**Ristorazione (cibo freddo,
qualità altalenante)**

Alta

~15%

"Anche la ristorazione è stata una grande delusione"

Colazione

~30%

"Colazione buona e abbondante"

**Rapporto Qualità-Prezzo
vs classificazione 4 stelle**

Alta

~10%

"Sinceramente faccio fatica a capire come questa struttura possa essere classificata come un hotel a quattro stelle"

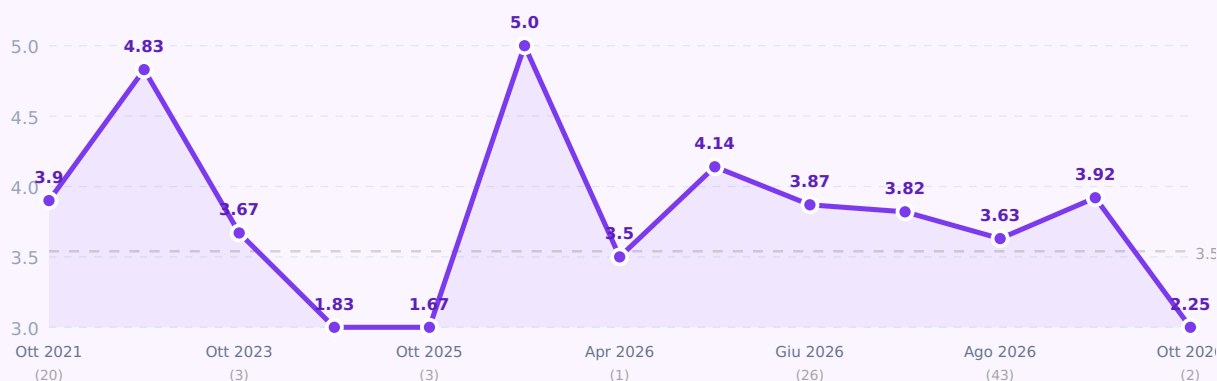
✓ Confermato da breakdown

Trend nel Tempo

Tendenza generale: **stabile su un livello di soddisfazione medio-basso per uno standard 4 stelle: il giudizio complessivo non mostra un deterioramento netto nel tempo, ma le stesse criticità strutturali (camere datate, pulizia, classificazione a 4 stelle) ricorrono costantemente sia nelle recensioni più recenti sia in quelle di 4-6 mesi fa**

Momentum recente (ultimi 3 mesi): ↓ in calo

Ultimi 3 mesi 3.77/5 su 122 recensioni · 3 mesi precedenti 3.93/5 su 35 (Δ -0.16)



Andamento media rating per mese solare (tutte le recensioni con data) — base diversa dal momentum rolling-90gg sopra, non confrontabili 1:1; i numeri tra parentesi indicano le recensioni per mese

9	42	71	35	5	35
Ultima settimana	1-4 settimane fa	1-3 mesi fa	4-6 mesi fa	7-12 mesi fa	oltre 1 anno

Peggioramenti recenti:

· Diverse recensioni dell'ultimo mese (Rovena78, 344paridep, alice schinco) segnalano problemi di igiene con insetti (cimici, grilli, scarafaggi), un tema più grave della semplice 'pulizia non accurata' riscontrabile in periodi precedenti

⚠ Segnali di attenzione:

· Due casi recenti (Sara Garofalo una settimana fa, Eleonora Bellini 4 settimane fa) di gestione problematica delle prenotazioni/spostamenti tra hotel collegati, coerenti con un pattern già presente (9 menzioni totali sul tema 'collegamento hotel Royal')

★ Unique Selling Proposition

Posizione centralissima a pochi passi da viale Ceccarini e dal mare

Citata in 76 recensioni su 162 (circa il 47%), spesso con linguaggio entusiastico ('a due passi dal mare', 'vicinissimo al mare', 'nel cuore di Riccione'), ed è anche la categoria con il punteggio assoluto più alto nel breakdown Booking (9.04/10)

Spiaggia convenzionata

Piscina e area idromassaggio

Vicinanza a viale Ceccarini

Vicinanza a locali e ristoranti

Profilo Clientela

Target primario: Clientela prevalentemente italiana (91,7% secondo lingua recensioni Booking) composta da viaggiatori singoli e coppie in cerca di una struttura centrale a pochi passi dal mare e da viale Ceccarini

~50%

Viaggiatori singoli

misto, prevalentemente
positivo

~30%

Copie

molto
positivo

~15%

Famiglie

positivo

~5%

Gruppi di

amici
positivo

~4%

Viaggiatori per affari

non sufficientemente documentato
nelle review testuali

Quote stimate dai tag OTA (trip_types TripAdvisor / customer_types Booking): indicative, non una segmentazione comportamentale certificata.

Staff Star

Elisa	receptionist	"cordiale" "cortese" "gentile"	4 menzioni
Michela	personale pulizie	"accurata" "attenta ai dettagli" "disponibile"	4 menzioni
Angela	coordinatrice	"sempre presente" "splendida" "squisita"	4 menzioni
Sofia	cameriera di sala	"empatica" "gentilissima" "servizievole"	2 menzioni
Beatrice	cameriera di sala	"empatica" "gentilissima" "servizievole"	2 menzioni
Ana	cameriera di sala	"empatica" "gentilissima" "servizievole"	2 menzioni
Federica	receptionist	"cortese" "sorridente"	1 menzioni
Rebecca	receptionist	"cortese" "sorridente"	1 menzioni
Eli	caposala	"eccellente"	1 menzioni

Recensioni Critiche (1-2 stelle)

Aurelio Rizzuti un giorno fa · Google Maps

1/5

Outlier

Contesto: Recensione generica senza dettagli specifici

- Qualità generale scarsa, nessun dettaglio fornito

Recensione priva di contenuto specifico, non riconducibile a nessun pattern tematico identificato nelle altre 161 recensioni

Sara Garofalo una settimana fa · Google Maps

1/5

Outlier

Contesto: Cancellazione prenotazione a meno di 24 ore dall'arrivo

- Prenotazione pagata cancellata dalla struttura
- Stessa data ancora disponibile per prenotazione altrove
- Gestione poco corretta

Caso isolato di cancellazione unilaterale; nessuna altra recensione tra le 162 analizzate riporta problemi simili di overbooking/cancellazione improvvisa, ad eccezione del tema separato 'spostamento a hotel Royal'

Roberto 4 settimane fa · Booking

0.5/5

Contesto: Soggiorno con camera arredata in stile datato

- Arredamento esterno e reception datati
- Materasso, lenzuola e cuscini rovinati
- Divano letto inadatto per persone alte

Eleonora Bellini 4 settimane fa · Google Maps

1/5

Contesto: Spostamento non autorizzato da hotel Royal a hotel Diamond

- Spostamento senza consenso
- Luci non funzionanti in camera
- Vista su muro

TmT 1 mese fa · Google Maps

2/5

Contesto: Aspettative da 4 stelle disattese

- Servizi a pagamento che dovrebbero essere inclusi
- Cucina ordinaria
- Difetti nelle camere

Rovena78 1 mese fa · TripAdvisor

1/5

Contesto: Camera con vista su area rifiuti

- Vista su pattume
- Presenza di scarafaggi, grilli e cimici
- Piscina affollata

344paridep 1 mese fa · TripAdvisor

1/5

Contesto: Servizio pensione completa non conforme a quanto promesso

- Buffet invece di servizio al tavolo promesso
- Piscine inadeguate
- Posate non pulite

Alfonso 1 mese fa · Booking

2/5

Outlier

Contesto: Recensione generica negativa

- Giudizio negativo complessivo senza dettagli specifici ('Tutto')
- Nessun dettaglio specifico fornito, non riconducibile a un tema preciso

Barbara 1 mese fa · Booking

2/5

Contesto: Camera con configurazione letto inadeguata

- Camera simile a un corridoio
- Letto a castello improvvisato da divano letto
- Mancanza di sponde di sicurezza

Alessio 1 mese fa · Booking

1/5

Contesto: Pulizia della camera insufficiente

- Pulizia approssimativa

Stefano 1 mese fa · Booking

0.5/5

Contesto: Camera estremamente piccola e rumorosa

- Camera piccolissima simile a un ripostiglio
- Isolamento acustico scarso
- Struttura non all'altezza di un 4 stelle

alice schinco 2 mesi fa · Google Maps

1/5

Contesto: Camera sporca all'arrivo

- Peli sui cuscini
- Sporczia visibile sulla fodera
- Orari pasti rigidi

Elisa_4208 2 mesi fa · TripAdvisor

2/5

Contesto: Vacanza di coppia rovinata dal primo giorno

- Camera non corrispondente alle foto
- Stanza senza finestre
- Odore di muffa

Giorgia Timis 3 mesi fa · Google Maps

1/5

Outlier

Contesto: Recensione con testo contraddittorio rispetto al voto

- Contenuto testuale positivo ('Bello... pulito la camera') a fronte di un voto di 1/5

Testo e voto incoerenti, probabile errore di compilazione dell'utente; non riconducibile a nessun pattern negativo

Антон Шакарян 3 mesi fa · Google Maps

1/5

Contesto: Giudizio generale negativo sul personale

- Personale definito scortese

emanuelabD2764HD 3 mesi fa · TripAdvisor

2/5

Contesto: Camera piccola con bagno cieco

- Stanza molto piccola
- Bagno piccolissimo e senza finestra
- Aria condizionata solo in camera

Alessia 3 mesi fa · Google Maps

2/5

Contesto: Overbooking e struttura datata

- Overbooking
- Struttura datata, necessità di restauro
- Colazione scadente

Alessandro Lucci 3 mesi fa · Google Maps

1/5

Contesto: Esperienza complessivamente molto negativa

- Ritardo di 2 ore nella consegna della camera
- Condizionatore non funzionante, sostituito con unità portatile improvvisata
- Pulizia inaccettabile

Tania favilli 4 mesi fa · Google Maps

2/5

Contesto: Soggiorno di due notti con molteplici difetti strutturali

- Necessità di restauro importante
- Camere spoglie e piccole
- Serrande difettose

Maria Silvia Greggio 4 mesi fa · Google Maps

2/5

Contesto: Problemi impiantistici non risolti durante il soggiorno

- Aria condizionata rumorosa con gorgoglio d'acqua
- Problema segnalato ma non risolto
- Mancanza di acqua calda

Ermin Kajtazovic un anno fa · Google Maps

1/5

Outlier

Contesto: Nessun testo fornito

- Nessun dettaglio disponibile

Voto senza testo, non riconducibile a nessun tema specifico

d, c. un anno fa · Google Maps

1/5

Contesto: Prenotazione telefonica non rispettata

- Prenotazione non trovata all'arrivo
- Spostamento a hotel diverso senza consenso
- Qualità inferiore dell'hotel alternativo

Gestione delle recensioni

Sulle piattaforme misurate (Booking, Google Maps) la struttura risponde al 20% complessivo (37/185), con un tasso leggermente più alto sulle negative (29%, 8/28) rispetto alle positive (19%, 23/120); TripAdvisor non è misurato e quindi non entra in questi conteggi. La distribuzione per piattaforma è molto squilibrata:

Google Maps al 41% (35/86, vicino all'ottimo ~40%) contro Booking al 2% (2/99), che rappresenta il vero vuoto di copertura visto che concentra la maggioranza delle recensioni totali.

Tasso di risposta	Complessivo	Su negative (1-2★)	Su positive (4-5★)
recensioni con risposta	20% (37/185)	29% (8/28)	19% (23/120)

Perimetro: tassi solo sulle piattaforme che espongono la risposta del titolare (Booking, Google Maps); TripAdvisor non misurata → fuori dal conteggio.

Il 29% di risposta sulle negative misurate (Booking+Google Maps) è sotto l'ottimo indicativo del ~40% (framework §3), quindi non si tratta di copertura totale né di abbandono: resta margine per aumentare la risposta alle negative recenti e visibili senza necessariamente rispondere a tutte. Su Google Maps il 41% complessivo è già in linea con l'ottimo; su Booking il 2% è un gap marcato data la numerosità (99 recensioni). TripAdvisor resta fuori da ogni calcolo perché non misurato: non si può dire che la struttura 'non risponda' lì, solo che il dato non è disponibile.

Qualità e tono — mista

Le risposte alle recensioni negative sono quasi tutte personalizzate (citano nome, dettagli specifici della camera/prezzo) e non sono copy-paste tra loro, ma diverse adottano una strategia difensiva anche quando la recensione segnala un guasto oggettivo (es. bagni non funzionanti), il che non è abbinato al tipo secondo il framework §2. Le risposte alle positive sono invece brevi e generiche ('wow grazieeee per le 5 stelle:'), 'Grazie mille Mirko per le 5 stelle!'), prive di riferimenti a dettagli specifici menzionati dall'ospite.

- Buongiorno Gianluigi, ci dispiace per quello che leggiamo, ma il suo commento non ci aiuta a migliorare. Abbiamo dato una camera quadrupla con 2 bagni... a soli € 250
- Le stelle non le inventiamo, vengono assegnate e non sono un parere personale...
- Grazie mille Mirko per le 5 stelle!

Gap principali

- **Product failure recenti e senza risposta su piattaforme misurate: cancellazione di una prenotazione pagata a meno di 24h dall'arrivo e trasferimento non concordato in un altro hotel della proprietà** — Recensione Google Maps 1★ 'una settimana fa': 'cancellata dalla struttura a meno di 24 ore dall'arrivo'; recensione Google Maps 1★ '4 settimane fa': 'ci hanno spostato all'ultimo all'hotel Diamond'
- **Risposte a product_failure gestite con tono difensivo invece di accomodante, rischiando di aumentare la percezione di colpa dell'ospite lettore** — Risposta a Serenella Florian: 'la sua recensione si commenta da sola'; risposta a Gianluigi: 'il suo commento non ci aiuta a migliorare'
- **Copertura di risposta estremamente bassa su Booking (2%, 2/99) nonostante sia la piattaforma con più recensioni totali, incluse diverse negative recenti (agosto-settembre 2026) senza risposta** — Booking: 2/99 con risposta (2%); 4 recensioni negative Booking datate 30/08-06/09/2026 risultano senza risposta verificata
- **Risposte alle positive generiche, prive di riferimento ai dettagli citati dall'ospite** — 'wow grazieeee per le 5 stelle:'); 'Grazie mille Mirko per le 5 stelle!'

Valutazione per recensione — tipo e strategia consigliata

- **[ordinary_negative]** Luca Dorigatti/Google Maps/1★/2 anni fa · risposta abbinata — **Consigliato:** difesa fattuale (Contesta prezzo e arredamento soggettivamente ('arredamento che risale sicuramente agli anni 90') ma la struttura chiarisce con dati concreti (acquisto biancheria fine 2023, prezzo da 3 stelle))
- **[ordinary_negative]** Dylan/Google Maps/2★/2 anni fa · risposta abbinata — **Consigliato:** difesa fattuale (Contesta le stelle e lo stile della camera rispetto alle foto, ma la struttura ha già gestito il cambio camera; è un giudizio soggettivo su stile/categoria)
- **[ordinary_negative]** Martina/Google Maps/1★/2 anni fa · risposta abbinata — **Consigliato:** difesa fattuale (Contesta le 4 stelle e lamenta 'forte odore di chiuso' ma senza dettagli verificabili di un guasto specifico, tono molto enfatico ('AIUTOOOOO!!!!!!'))

- **[product_failure]** Serenella Florian/Google Maps/1★/2 anni fa · risposta non abbinata — **Consigliato:** scuse+rimedio (Lamenta pressioni e critiche continue da parte della titolare durante i pasti, un comportamento del personale verificabile e correggibile)
- **[product_failure]** Gianluigi/Google Maps/1★/3 anni fa · risposta non abbinata — **Consigliato:** scuse+rimedio (Segnala guasti oggettivi e verificabili: 'nemmeno uno funzionante.. lavandini otturati entrambi e asse del wc rotto terrazzino inagibile')
- **[ordinary_negative]** Mara/Google Maps/2★/5 anni fa · risposta abbinata — **Consigliato:** difesa fattuale (Giudizio soggettivo su camere obsolete e prezzi alti, senza contestare un servizio promesso e non fornito)
- **[ordinary_negative]** Recensione Google Maps 1★/Ultima modifica un giorno fa — **Consigliato:** difesa fattuale (Testo privo di dettagli verificabili, solo tono sfogato ('Non è un granché ed è meglio che mi taccio!!!'))
- **[product_failure]** Recensione Google Maps 1★/una settimana fa — **Consigliato:** scuse+rimedio (Segnala cancellazione della prenotazione pagata a meno di 24 ore dall'arrivo, un disservizio oggettivo e verificabile)
- **[product_failure]** Recensione Google Maps 1★/4 settimane fa — **Consigliato:** scuse+rimedio (Riferisce di essere stato spostato all'ultimo momento in un altro hotel della stessa proprietà senza preavviso, un fatto verificabile)
- **[ordinary_negative]** Booking 0.5★ 06/09/2026 — **Consigliato:** difesa fattuale (Il negativo riguarda l'arredamento esterno, giudizio soggettivo senza indicazione di guasto oggettivo nel testo disponibile)
- **[ordinary_negative]** Recensione Google Maps 2★/1 mese fa — **Consigliato:** difesa fattuale (Contesta la classificazione a 4 stelle e i servizi a pagamento, aspetto di pricing/policy trasparente, non un guasto)
- **[ordinary_negative]** Booking 2.0★ 31/08/2026 — **Consigliato:** difesa fattuale (Lamenta colazione 'scarsa rispetto a quanto aspettato', giudizio soggettivo sulle aspettative)
- **[product_failure]** Booking 0.5★ 30/08/2026 (Camera Singola) — **Consigliato:** scuse+rimedio (Descrive camera 'un ripostiglio muri di cartone sentivo il vicino tossire tutta notte', un problema strutturale/isolamento verificabile)
- **[ordinary_negative]** Booking 1.0★ 30/08/2026 (Camera Singola) — **Consigliato:** difesa fattuale (Lamenta 'camera piccola, letto singolo, prezzo eccessivo' per la tipologia scelta, giudizio su rapporto qualità-prezzo della categoria prenotata)
- **[positive]** 5★ Google Maps 3 anni fa (recensione 1) · risposta non abbinata — **Consigliato:** ringraziamento personalizzato (Recensione 5 stelle senza testo disponibile, risposta generica 'wow grazieeee per le 5 stelle:')
- **[positive]** 5★ Google Maps 3 anni fa (recensione 2) · risposta non abbinata — **Consigliato:** ringraziamento personalizzato (Recensione 5 stelle senza testo disponibile, risposta generica 'Grazie mille. Ci fa molto piacere')
- **[positive]** Dany/Google Maps/5★/4 anni fa · risposta abbinata — **Consigliato:** ringraziamento personalizzato (Recensione dettagliata su personale e posizione, risposta breve ma menziona il ritorno futuro ('Ci vediamo l'anno prossimo'))
- **[positive]** Mirko/Google Maps/5★/4 anni fa · risposta non abbinata — **Consigliato:** ringraziamento personalizzato (Recensione 5 stelle, risposta generica che cita solo il nome, non altri dettagli)

Negative recenti senza risposta (20 totali, verificate su Booking, Google Maps)

- **1★** Google Maps · Ultima modifica: un giorno fa — Non è un granché ed è meglio che mi taccio!!!Non andate
- **1★** Google Maps · una settimana fa — Prenotazione regolarmente effettuata e pagata a 36 €, cancellata dalla struttura a meno di 24 ore dall'arrivo. Nel frattempo, per la stessa data, l'hotel risultava ancora disponibile alla prenotazione a circa 98 €. Al di là del motivo della cancellazione, considero la gestione estremamente poco corr
- **1★** Google Maps · 4 settimane fa — Avevamo prenotato una stanza presso l'hotel royal ma ci hanno spostato all'ultimo all'hotel Diamond, sempre di loro proprietà. Al Diamond abbiamo avuto una stanza con le luci non funzionanti (a causa di un contatto elettrico con la tapparella), vista muro, tv che prendeva solo un paio di canali, col
- **0.5★** Booking · 06/09/2026 — [Camera: Camera Quadrupla | Tipo: Famiglia] POSITIVO: Posizione vicino al mare e via tranquilla | NEGATIVO: Arredamento esterno arredamento reception e sala colazione direi vintage Camera : letto matrimoniale con materasso e lenzuola e cuscini che hanno fatto la guerra. Divano letto va bene solo s
- **2★** Google Maps · 1 mese fa — L'hotel si presenta come un 4 stelle con tante promesse ma poco da offrire. I servizi che dovrebbero elevarlo a 4 stelle sono a pagamento. La cucina è ok, ma nulla di esaltante, le camere hanno qualche difetto estetico e pratico (il telecomando della tv non funzionava e la copertura della maniglia v
- **2.0★** Booking · 31/08/2026 — [Camera: Camera Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli | Tipo: Famiglia] POSITIVO: Posizione buona. | NEGATIVO: Colazione scarsa rispetto a quanto descritto online, idem per pranzo e cena, comodo perché a buffet ma scelte limitate. Arredamento datato e non integro, decisamente NON da 4 stelle. Mi asp
- **0.5★** Booking · 30/08/2026 — [Camera: Camera Singola | Tipo: Singolo] POSITIVO: Camera un ripostiglio muri di cartone sentivo il vicino tossire tutta notte struttura non da hotel 4 stelle | NEGATIVO: Mi è piaciuto solo la cortesia dello staff

- **1.0★** Booking · 30/08/2026 — [Camera: Camera Singola | Tipo: Singolo] NEGATIVO: Camera piccola, letto singolo, prezzo eccessivo per la tipologia di stanza offerta. Tubature rotte odore di fognatura in tutta la stanza persistente. Lo staff nonostante la nuova gestione ,non e' andato incontro al cliente trovando una soluzione,
- **2.0★** Booking · 25/08/2026 — [Camera: Camera Tripla | Tipo: Singolo] POSITIVO: La posizione | NEGATIVO: Tutto
- **1.0★** Booking · 20/08/2026 — [Camera: Camera Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli | Tipo: Coppia] POSITIVO: Gentilezza dello staff, cibo buono | NEGATIVO: La pulizia della camera era molto approssimativa.
- **2.0★** Booking · 17/08/2026 — [Camera: Camera Singola | Tipo: Singolo] POSITIVO: La Pulizia | NEGATIVO: Ho dormito in una stanza che sembrava più un corridoio. Il letto singolo era in realtà un letto a castello, ma ottenuto da un divano letto. Impossibile dormire al piano superiore di questo letto perchè mancavano le sponde di s
- **1★** Google Maps · 2 mesi fa — Esperienza pessima. Io e il mio ragazzo Abbiamo alloggiato in questo hotel per 5 giorni, siamo arrivati in stanza e l'abbiamo trovata sporca, peli sui cuscini e una caccola sulla foderia. La cena dalle 19:30 alle 20:30 e il pranzo dalle 12:30 alle 13:30. Ma che roba è? Dalle foto sembravano stanze am
- **1★** Google Maps · 3 mesi fa — Bello mi sono trovata bene pulito la camera
- **1★** Google Maps · 3 mesi fa — (Traduzione di Google) Il peggior hotel di Rimini, personale scortese. (Originale) Худший отель в Римини, наглый персонал
- **2★** Google Maps · 3 mesi fa — Avevamo prenotato nell'hotel vicino ma quando siamo arrivate ci hanno avvisato che c'è stato un over booking e quindi ci hanno indirizzato in questo hotel. 4 stelle anche no, forse negli anni 90. C'è bisogno di un restauro. Alla reception il personale è accogliente e le camere sono pulite. Lo staff

Cosa cambiare

- Dare priorità alle risposte alle recensioni product_failure recenti e visibili su Booking e Google Maps non ancora coperte (es. cancellazione prenotazione a meno di 24h, trasferimento di struttura non concordato), con tono accomodante: riconoscimento del problema e descrizione del rimedio concreto, non difesa.
- Rivedere il tono delle risposte a recensioni ordinary_negative (es. su prezzo, stile, aspettative sulle stelle) mantenendo la difesa fattuale già presente ma evitando frasi che possano sembrare sminuenti verso l'ospite ('il suo commento non ci aiuta a migliorare'), restando su dati verificabili e un registro rispettoso.
- Aumentare selettivamente la copertura su Booking, oggi al 2% (2/99), portandola verso un livello comparabile a Google Maps (41%) concentrandosi sulle negative più recenti, senza necessità di rispondere a tutte le 99 recensioni.
- Personalizzare le risposte a un campione di recensioni positive citando un dettaglio specifico menzionato dall'ospite (es. servizio, location, personale), evitando formule generiche ripetute come 'grazie per le 5 stelle'.

Copertura dati: Dato risposta disponibile solo per Booking e Google Maps (185 recensioni su 197 totali). TripAdvisor non espone il dato risposta nella fonte: non è incluso nei tassi calcolati e non va interpretato come 'nessuna risposta su TripAdvisor', semplicemente non è misurabile con questi dati.

Benchmark tasso di risposta «ottimo» (~40%): Cornell — Anderson & Han, Hotel Performance Impact of Socially Engaging with Consumers.

MERCATI DI PROVENIENZA

Distribuzione per lingua recensione

it italiano (278)	91.7% (278)
gb inglese (7)	2.3% (7)
pl polacco (5)	1.7% (5)
de tedesco (4)	1.3% (4)
ua ucraino (3)	1.0% (3)

SEGMENTAZIONE VIAGGIATORI

Classificazione nativa Booking.com (base: 314 tag ospite, non coincide col n. recensioni analizzate)

Viaggiatori singoli (149)	47.5% (149)
Coppie (91)	29.0% (91)
Famiglie (46)	14.6% (46)
Gruppi di amici (17)	5.4% (17)
Viaggiatori per affari (11)	3.5% (11)

PUNTEGGI PER CATEGORIA VS MEDIA ZONA

Scala /10 · Confronto con la media zona Booking.com

Posizione	9.04		Debole	zona 9.23
Pulizia	8.5		Critico	zona 8.95
Rapporto qualità-prezzo	8.11		Critico	zona 8.66
Servizi	8.02		Critico	zona 8.68
Comfort	8.25		Critico	zona 8.88
Staff	8.86		Critico	zona 9.21
WiFi gratuito	9.38		Eccelle	zona 8.46

DISTRIBUZIONE PUNTEGGI

Eccellente: 9+ (137)	137 (45.2%)
Buono: 7-9 (107)	107 (35.3%)
Passabile: 5-7 (39)	39 (12.9%)
Scarso: 3-5 (9)	9 (3.0%)
Pessimo: 1-3 (11)	11 (3.6%)

RECENSIONI RECENTI BOOKING.COM

7.0 Italia · SOLO_TRAVELLERS · Camera Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli

+ Pulizia Cortesia del personale Colazione discreta, cena ottima

– Per essere un 4 stelle la stanza era piccola e datata, bagno vecchio con doccia rotta, anche se fatto notare in reception non è stato sostituito Aria ...

7.0 Italia · SOLO_TRAVELLERS · Camera Matrimoniale/Doppia con Letti Singoli

+ Pulizia camera.

– Cena e colazione non da 4 stelle.

8.0 Italia · SOLO_TRAVELLERS · Camera Quadrupla

+ Cibo ottimo e abbondante, rapporto qualità prezzo molto buono

– In un hotel 4 stelle ci si aspetta qualcosina in più nella struttura

9.0 Italia · FAMILIES · Camera Quadrupla

+ Perfetto , ottimo albergo a pochi passi dal mare , cucina ottima e personale attento e accogliente , pulizie alla camera eccellenti . Rapporto qual...

– Per essere pignoli , alcuni servizi o dettagli non proprio da hotel a 4 stelle , camera quadrupla un pò piccina però nel complesso accettabile , nient...

Set **comportamentale**: strutture che il mercato co-considera con la tua e non per classificazione o keyword. · Set rilevato il 2026-10-05.

⚠ Tier reale di mercato

Classificato 4★ ma il mercato lo co-considera prevalentemente coi 3★ (50% del set comportamentale).

Distribuzione stelle: 3★×1, 2★×1 (campione 2).

Hotel Boemia

4.5

Località N/D

? rec. Google

· da €70

Fonti: Google

Hotel La Cappuccina

4.4

Località N/D

? rec. Google

3★ · da €40

Fonti: Google

Hotel Cimarosa Riccione

4

Località N/D

? rec. Google

2★ · da €36

Fonti: Google

Hotel Fantasy

4.7

Località N/D

? rec. Google

Fonti: Google

Hotel Giulietta

4.2

Località N/D

? rec. Google

· da €72

Fonti: Google

Royal Boutique Hotel

Località N/D

· da €70

Fonti: Google

4.2

? rec. Google

Visibilità organica (segnale secondario)

Competitor per ricerca/keyword (SERP + SEOZoom), distinti da chi il mercato co-considera per la prenotazione.

Hotel Riccione Vacanze, Hotel Royal Riccione, Hotel Feldberg Riccione, Hotel Tiffany's Riccione, Hotel Alexander, Hotel Grazia Riccione, Hotel Cristallo Riccione, Hotel Falco

Domanda & Visibilità di ricerca

La domanda di ricerca reale (Google Keyword Planner) per Riccione/Rimini è ampia e stagionale, con picchi tra maggio e agosto: «hotel riccione» 22200/mese (picco giu), «hotel riviera» 18100/mese (picco ago), «hotel riccione sul mare» 6600/mese (picco giu), «family hotel riccione» 3600/mese (picco giu) e «hotel con spa riccione» 1900/mese (picco gennaio, fuori stagione balneare). Il cliente, secondo il blocco canonico di posizionamento, non intercetta NESSUNA di queste 39 keyword a domanda (tutte 'non intercettata'); l'unico footprint organico (fonte SEOZoom) è su 150 keyword, quasi tutte estranee al business (celebrità, cantanti, sportivi) tranne «hotel diamond riccione» (vol. 1300, pos. 1) e «hotel diamond» (vol. 880, conteso con omonimi). Il traffico stimato SEOZoom (6029) è quindi in larghissima parte non qualificato rispetto al business ricettivo.

Test della domanda: i punti di forza hanno domanda di ricerca?

Punto di forza / USP	Domanda	Verdetto	Evidenza
Posizione centralissima vicino a viale Ceccarini, 50-60 metri dal mare (76 menzioni review, punteggio Booking 9.04/10)	hotel riccione sul mare 6600/mese (Keyword Planner, picco giu); lungomare hotel riccione 8100/mese (Keyword Planner, picco ago); hotel riccione centro 480/mese (Keyword Planner, picco mag)	disallineato	Domanda elevata e specifica sulla posizione mare/centro esiste (fino a 8100/mese), ma il cliente risulta 'NON INTERCETTATA' su tutte queste keyword secondo il blocco canonico: la forza percepita nelle recensioni non si traduce in visibilità organica sulle query che la cercano esplicitamente.
Outdoor SPA su 3 livelli con piscine riscaldate e idromassaggio	hotel con spa riccione 1900/mese (Keyword Planner, picco gennaio); hotel riccione con piscina 1600/mese (Keyword Planner, picco giu)	disallineato	Domanda misurata esiste (1900/mese per lo spa, picco fuori stagione balneare a gennaio, coerente con ricerche di benessere invernali), ma il cliente è 'NON INTERCETTATA' su entrambe le keyword nel blocco canonico: nessuna cattura di questa domanda nonostante il servizio sia un USP forte.
Ristorazione e colazione (78 e 51 menzioni review, dolci fatti in casa, attenzione a intolleranze)	hotel riccione pensione completa 1900/mese e hotel a rimini pensione completa 2400/mese (Keyword Planner, entrambe stagionali)	disallineato	Esiste domanda specifica collegata a formule di ristorazione (fino a 2400/mese), ma il cliente risulta 'NON INTERCETTATA' su entrambe secondo il blocco canonico: nessuna pagina del sito intercetta query su pensione completa/

Punto di forza / USP	Domanda	Verdetto	Evidenza
			mezza pensione nonostante sia un punto di forza recensito.
Target famiglie con bambini (camere Family comunicanti, camere tematiche Cartoon, piscina bimbi)	family hotel riccione 3600/mese (Keyword Planner, picco giu); hotel family rimini 1900/mese (Keyword Planner, picco gen)	disallineato	Domanda consistente (3600/mese) per l'intent famiglie, ma 'NON INTERCETTATA' su entrambe le keyword nel blocco canonico, nonostante camere e servizi dedicati (Family comunicanti, Cartoon, piscina bimbi) siano USP dichiarati.
Vicinanza a eventi e fiere (Tecnocasa, ExpoDental, Rimini Wellness, Superbike) — numerose pagine dedicate sul sito	nessuna keyword fieristica/ evento specifica rilevata nei blocchi Keyword Planner o SEOZoom forniti	da_verificare	Il sito investe molte pagine su eventi/ fiere locali, ma non sono disponibili dati di volume di ricerca per query evento-specifiche (es. 'hotel vicino rimini wellness') nei dataset forniti: non è possibile verificare se questa strategia intercetta domanda reale misurabile.
Hotel 4 stelle mid-range	hotel 4 stelle riccione 2900/mese (Keyword Planner, picco ago); hotel 4 stelle rimini 1900/mese (Keyword Planner, picco set)	disallineato	Domanda per la categoria stelle esiste (fino a 2900/mese), ma il cliente è 'NON INTERCETTATA' su entrambe le keyword nel blocco canonico, nonostante le review sollevino criticità proprio sul rapporto qualità-prezzo vs 4 stelle (18 menzioni).

Keyword prioritarie

- **hotel riccione** · 22200/mese · consideration [non intercettata] — Keyword a più alto volume assoluto (Google Keyword Planner, picco giugno) nel cluster geografico primario; il cliente non la intercetta affatto, mentre il competitor hotelriccionevacanze.it è posizionato (posizione 21 su variante 'riccione hotel', vol. SEOZoom 12100) a dimostrazione che è aggredibile.
- **hotel riccione sul mare** · 6600/mese · consideration [non intercettata] — Coerente con l'USP più forte da recensioni (posizione/vicinanza al mare, 76 menzioni); domanda rilevante (Keyword Planner 6600/mese, picco giu; variante SEOZoom 8100 con KD 41/KO 78) e gap totale, con competitor hotelriccionevacanze.it posizionato in 19a posizione.
- **family hotel riccione** · 3600/mese · consideration [non intercettata] — Allinea un target dichiarato esplicito (famiglie, camere Family/Cartoon, piscina bimbi) a una domanda misurata di 3600/mese (Keyword Planner, picco giu) totalmente non catturata.
- **hotel con spa riccione** · 1900/mese · consideration [non intercettata] — L'Outdoor SPA su 3 livelli è un USP distintivo; la keyword ha picco a gennaio (Keyword Planner), utile per destagionalizzare la domanda fuori dal periodo balneare aprile-ottobre, ma è completamente scoperta.
- **hotel 4 stelle riccione** · 2900/mese · consideration [non intercettata] — Query di categoria diretta (Keyword Planner, picco ago, Ads:HIGH) non presidiata, mentre le recensioni segnalano proprio una tensione sul posizionamento qualità/prezzo vs 4 stelle: intercettarla aiuterebbe a gestire le aspettative pre-soggiorno.
- **riccione hotel** · 12100/mese · consideration [non noto] — Variante ad alto volume (SEOZoom 12100, KD 54/KO 70) dove il competitor hotelriccionevacanze.it è posizionato in 21a posizione nei mesi di picco (mag-ago); non presente nel blocco canonico come keyword propria del cliente, segnala comunque un cluster di domanda enorme non coperto nel sottoinsieme analizzato dai gap.
- **hotel riccione pensione completa** · 1900/mese · consideration [non intercettata] — Collega un punto di forza recensito (ristorazione, 78 menzioni) e un servizio dichiarato (pensione completa/all inclusive) a domanda reale stagionale (Keyword Planner, picco giu) non catturata; il competitor hotelriccionevacanze.it è in 14a posizione sulla variante SEOZoom equivalente.

- **hotel diamond riccione** · 1300/mese · transactional [presidiata] — Unica keyword solidamente presidiata (SEOZoom, posizione 1, traffico stimato 591): base di mindshare brand/near-brand da difendere e su cui costruire autorità per espandere verso query non-brand correlate.

Gap di posizionamento organico

- **Domanda geografica primaria 'hotel riccione' totalmente scoperta** — Volume Keyword Planner 22200/mese (picco giu); variante SEOZoom 'riccione hotel' vol. 12100, KD 54/KO 70, con hotelriccionevacanze.it posizionato in 21a posizione nei mesi mag-giu-lug-ago; cliente 'non intercettata'
- **Domanda su posizione/mare non catturata nonostante sia l'USP più recensito** — hotel riccione sul mare 6600/mese (Keyword Planner) e variante SEOZoom 8100/mese KD41/KO78 con hotelriccionevacanze.it in 19a posizione; cliente 'non intercettata'; riccione hotel sul mare 2400 SEOZoom con competitor in 17a posizione
- **Target famiglie non intercettato in query dirette** — family hotel riccione 3600/mese (Keyword Planner, picco giu) e hotel family rimini 1900/mese; cliente 'non intercettata' su entrambe
- **Formule ristorative (pensione completa/all inclusive) non presidiate** — hotel riccione pensione completa 1900/mese, hotel a rimini pensione completa 2400/mese, hotel riccione all inclusive 1300/mese, riccione all inclusive 1300/mese (tutte Keyword Planner, stagionali); cliente 'non intercettata' su tutte; variante SEOZoom 'hotel riccione pensione completa' vol.2900 KD35/KO78 con hotelriccionevacanze.it in 14a posizione
- **Categoria 4 stelle non presidiata** — hotel 4 stelle riccione 2900/mese (Keyword Planner, picco ago) e hotel 4 stelle rimini 1900/mese (picco set); cliente 'non intercettata' su entrambe
- **Spa/benessere in bassa stagione non catturato** — hotel con spa riccione 1900/mese (Keyword Planner, picco gennaio); cliente 'non intercettata'
- **Ampio cluster locale (ristoranti, locali, spiagge Riccione) presidiato dal competitor hotelriccionevacanze.it e non dal cliente** — locali riccione vol.2400 KD22/KO83 competitor in 7a posizione; ristoranti riccione vol.2400 KD35/KO76 competitor in 23a posizione; spiagge a riccione vol. 2900 KD36/KO76 competitor in 42a posizione — cliente non presente in nessuna nel set di gap analizzato

Share of Search (mindshare brand): Non sono disponibili volumi di ricerca brand per i competitor elencati (Hotel Boemia, Hotel La Cappuccina, Hotel Cimarosa Riccione, Hotel Fantasy, Hotel Giulietta, Royal Boutique Hotel): nei dati forniti compare solo il volume brand del cliente stesso («hotel diamond» 880/mese, SEOZoom, peraltro conteso con strutture omonime e quindi non utilizzabile come mindshare esclusivo). Non è quindi possibile calcolare una share of search comparativa.

Cosa non sappiamo: Non sono disponibili volumi di ricerca brand per i singoli competitor (Hotel Boemia, La Cappuccina, Cimarosa, Fantasy, Giulietta, Royal Boutique), quindi non è calcolabile una share of search comparativa reale. · Il volume brand 'hotel diamond' (880/mese, SEOZoom) è dichiarato conteso con strutture omonime: non è possibile isolare la quota di domanda effettivamente riferita a questa proprietà. · Non è noto il posizionamento effettivo in Local Pack / Google Maps per le query geografiche principali (es. 'hotel riccione', 'hotel riccione sul mare'): i dati disponibili riguardano solo il ranking organico classico. · Non sono stati forniti dati di Keyword Planner per query evento/fiera specifiche (es. legate a Tecnocasa, ExpoDental, Rimini Wellness, Superbike) nonostante il sito dedichi numerose pagine a questo segmento: non è verificabile il volume di domanda reale per queste ricerche. · La stagionalità di picco indicata per il dataset SEOZoom (febbraio) riguarda l'insieme eterogeneo delle 1083 keyword totali indicizzate (in gran parte estranee al settore ricettivo) e non è rappresentativa della stagionalità della domanda alberghiera vera e propria, che va letta sui picchi mag-ago del Keyword Planner. · Non sono disponibili dati storici di trend (crescita/calò anno su anno) per le keyword prioritarie, solo medie a 12 mesi.

Domanda di ricerca reale

Google Keyword Planner

Volumi reali (media 12 mesi) di cosa cerca il mercato per questa struttura. «Concorrenza» = competizione Ads, NON difficoltà SEO. Per le keyword stagionali, pubblica i contenuti **prima** del picco.

Keyword	Vol/ mese	Intent	Stagionalità	Conc. Ads
hotel riccione	22200	consideration	picco giu	HIGH
hotel riviera (non attribuibile — esclusa dal gap)	18100	consideration	picco ago	LOW
hotel rimini italy (non attribuibile — esclusa dal gap)	12100	consideration	picco lug	HIGH
lungomare hotel riccione	8100	consideration	picco ago	MEDIUM
hotel riccione sul mare	6600	consideration	picco giu	HIGH
hotel rimini sul mare (non attribuibile — esclusa dal gap)	5400	consideration	picco lug	HIGH
hotel adriatica (non attribuibile — esclusa dal gap)	5400	consideration	picco lug	LOW
hotel romagna (non attribuibile — esclusa dal gap)	4400	consideration	picco mag	LOW
hotel romagnola (non attribuibile — esclusa dal gap)	4400	consideration	picco mag	LOW
family hotel riccione	3600	consideration	picco giu	HIGH
hotel 4 stelle riccione	2900	consideration	picco ago	HIGH
b&b riccione	2900	consideration	picco lug (stag.)	HIGH
b and b riccione	2900	consideration	picco lug (stag.)	HIGH
hotel a rimini pensione completa (non attribuibile — esclusa dal gap)	2400	consideration	picco lug (stag.)	HIGH
hotel marina di riccione	2400	consideration	picco lug (stag.)	LOW
hotel riccione pensione completa	1900	consideration	picco giu (stag.)	MEDIUM
hotel con spa riccione	1900	consideration	picco gen	HIGH
hotel 4 stelle rimini (non attribuibile — esclusa dal gap)	1900	consideration	picco set	HIGH
hotel family rimini (non attribuibile — esclusa dal gap)	1900	consideration	picco gen	HIGH
rimini hotel centro (non attribuibile — esclusa dal gap)	1900	consideration	picco mar	HIGH

Fonte: Google Keyword Planner (google_ads_planner).

Le keyword marcate «non attribuibile» contengono un riferimento geografico regionale o di un'altra destinazione, non il toponimo di Riccione: sono escluse dal gap di domanda della destinazione.

Customer Journey & Visibilità AI (AEO)

Segmenti prioritari

Coppie (city-break balneare / vacanze di relax e benessere) (~29-35% (Booking: 91/303 = 29%; sentiment più positivo del campione, molte review entusiaste sulla posizione e la SPA))

Hotel 4 stelle in centro a Riccione a 50-60m dal mare con Outdoor SPA su 3 livelli, docce emozionali, massaggi, terrazza panoramica: tutto il pacchetto servizi (SPA, massaggi, terrazza vista mare, vicinanza a viale Ceccarini) è costruito per la coppia più che per la famiglia. Il sito dedica pagine specifiche a 'vacanze di coppia relax e benessere' e pacchetti termali. Il 47% delle review cita la posizione come USP primario, coerente con un target coppie/city-break.

Famiglie con bambini (7-18, co-decisione / bimbi piccoli) (~15-20% (Booking: 46/303 = 14,6%; ma servizi dedicati estesi: piscina bimbi, camere Family comunicanti, camere tematiche Cartoon, lezioni di nuoto))

Investimento strutturale visibile per le famiglie (piscina bimbi, camere Family comunicanti, camere a tema Dolphin/Pingu, istruttore di nuoto federale) indica un posizionamento voluto, anche se il mix attuale di clientela (da Booking) è più basso del previsto: segnale di domanda da intercettare meglio, non da ignorare.

Business/fiere non gestito (3B) legato a eventi Rimini/Riccione (~10-12% (Booking 'viaggiatori per affari' solo 3,5%, ma il sito ha decine di pagine stagionali dedicate a fiere/eventi: Tecnocasa, ExpoDental, Rimini Wellness, Tecnargilla, Superbike))

La location centrale, il parcheggio privato/garage, reception 24h e Wi-Fi sono leve tipiche del business 3B (no TMC, prenotazione autonoma vicino alla sede fiera). Il numero elevato di pagine-evento sul sito (anche scadute) mostra un posizionamento storico verso questo pubblico, superiore a quanto emerge dal solo dato Booking, probabilmente sottostimato perché molte prenotazioni fieristiche vengono taggate diversamente dagli OTA.

Visibilità search & AEO

Posizionamento organico: Presenza organica debole e frammentata: 150 keyword posizionate su un dominio con Zoom Authority 38, nessuna domanda brand esclusiva (il nome 'hotel diamond' è conteso con omonimi), footprint nettamente inferiore ai competitor locali diretti.

Visibilità assistenti AI: Audit AEO provvisorio e parziale: solo OpenAI interrogato con successo, con esito 'assente' per tutti i 4 segmenti testati; Gemini e Perplexity non misurati per errore tecnico (chiavi API non valide), quindi il loro stato reale è sconosciuto, non da considerarsi 'assente'.

Percorsi d'acquisto per segmento

Coppie

● **Trigger/ispirazione: weekend relax, occasione romantica, fuga di coppia** · Google, social, pagina sito 'vacanze di coppia relax e benessere' [presente]

Pagina dedicata /it/vacanze-di-coppia-relax-e-benessere-per-due-un-esperienza-romantica.php con schema Article+Hotel; USP SPA e posizione citate in home e servizi.

● **Ricerca/shortlist destinazione-struttura** · Search organica, OTA, metasearch, AI assistenti [debole]

Footprint organico di soli 150 keyword posizionate, 0 brand/near-brand oltre al nome proprio conteso con omonimi; AEO: assente nelle risposte misurate (OpenAI) per il segmento Coppie, Gemini/Perplexity non misurati per errore tecnico.

● **Validazione: recensioni, foto SPA, confronto con competitor** · Google/Booking/TripAdvisor reviews, sito [presente ma con criticità]

Staff/Servizio (94 menzioni), Ristorazione (78) e Posizione (76) sono punti di forza; ma Camere/Comfort datate (48 menzioni, gravità critica) e Struttura/Aree comuni datate (35, critica) rischiano di compromettere la validazione per una coppia che cerca 'esperienza romantica'.

● **Prenotazione** · OTA (Booking) o diretto da sito [non disponibile]

Non sono forniti dati su quota diretto/OTA, parity sui metasearch o performance del booking engine.

● **Esperienza + condivisione** · Soggiorno, review post-stay [presente]

Punteggio posizione 9.04/10 su Booking, tag Google Travel 'Tranquillo' il più frequente (15 volte): segnale di loyalty loop potenziale per la coppia soddisfatta.

Famiglie con bambini

● **Trigger/ispirazione: vacanza al mare con bambini** · Social, Google, parola del passaparola, AI chatbot [debole]

Pagina /spiaggia/ e /camere/ citano famiglie come target ma non risultano pagine dedicate con FAQ/schema specifico 'famiglia' come per le coppie; nessuna keyword family-specific tra quelle posizionate nei dati SEO forniti.

● **Ricerca 'child-proof': piscina bimbi, camere comunicanti, servizi dedicati** · Pagina /camere/, /servizi/ [presente]

Camere Family comunicanti, camere tematiche Cartoon (Dolphin, Pingu), piscina bimbi, lezioni di nuoto con istruttore federale sono elencati in /camere/ e /servizi/ con schema Hotel.

● **Validazione dettagli (contatto diretto, allergie/intolleranze)** · Contatto email, ristorante [debole]

Piatti per intolleranze/celiachia disponibili su richiesta ma esplicitamente 'non attrezzati per cucina senza glutine a colazione' — limite dichiarato che può scoraggiare famiglie con esigenze alimentari.

● **Booking** · OTA/diretto [non disponibile]

Nessun dato su booking engine o canale prevalente per famiglie.

● **Esperienza + condivisione** · Review con lessico famiglia [presente]

34 occorrenze 'famiglie' nel testo review, sentiment positivo (14,6% del campione Booking), ma criticità su camere piccole/datate (48 menzioni) possono pesare di più su famiglie che necessitano spazio.

Business/fiere non gestito (3B)

● **Trigger: necessità di lavoro con fiera/evento a date fisse (es. Rimini Wellness, ExpoDental, Tecnocasa)** · Ricerca rapida Google/mappe, AI ('hotel vicino a [fiera] con parcheggio') [debole]

Il sito ha oltre 15 pagine evento/fiera dedicate (molte scadute: Tecnocasa, ExpoDental, Rimini Wellness, Tecnargilla, Superbike) con schema Hotel+Article/Offer, ma gran parte risultano fuori data e non aggiornate per le edizioni correnti.

● **Valutazione rapida: posizione, parcheggio, wifi, fattura** · Google Business Profile, recensioni, sito [presente]

Parcheggio privato/garage sotterraneo, Wi-Fi, reception 24h sono servizi elencati e coerenti con le esigenze 3B; posizione centrale è il punto di forza più citato (76 menzioni).

● **Booking rapido, spesso last-minute, necessità fattura** · OTA o diretto da mobile [non disponibile]

Nessun dato su processo di fatturazione online o rapidità booking engine fornito.

● **Possibile estensione bleisure (weekend coppia dopo la fiera)** · Upsell post-booking, pagina coppia [debole]

Esiste la pagina 'vacanze di coppia' ma non risulta collegamento esplicito tra pagine fiera e proposta di estensione bleisure.

● **Esperienza + post (nota spese, non sharing)** · Fattura, eventuale review [non disponibile]

Nessun dato su processo di fatturazione o rilevazione corporate rate.

Matrice touchpoint × stato

Touchpoint	Stato	Evidenza	Segmento
Search organica	debole	150 keyword posizionate, nessuna domanda brand esclusiva (il nome è conteso con omonimi), footprint organico limitato rispetto a competitor locali con migliaia di keyword indicizzate.	Tutti i segmenti
Assistenti AI / AEO	non disponibile (audit parziale)	Solo OpenAI misurato con successo: struttura assente nelle risposte per tutti e 4 i segmenti testati (Coppie, Famiglie, Viaggiatori singoli, Business). Gemini e Perplexity hanno restituito errore tecnico (chiavi API non valide) su tutte le query: non misurati, non classificabili come assenti.	Coppie, Famiglie, Business, Viaggiatori singoli
OTA (Booking e altri)	presente	Booking mostra 303 review segmentate per customer_types con volumi significativi (Solo 149, Coppie 91, Famiglie 46); presenza quindi consolidata sul canale OTA.	Tutti i segmenti
Google Business Profile / Google Hotel	non disponibile	Nessun dato fornito su completezza, categorizzazione o presenza del modulo Google Hotel con tariffa diretta.	Tutti i segmenti
Metasearch & rate parity	non disponibile	Nessun dato fornito su presenza su Google Hotel Ads/ Trivago/Kayak né su parity diretto-OTA.	Tutti i segmenti
Reputazione & recensioni	debole	Punti di forza solidi (Staff 94, Ristorazione 78, Posizione 76 menzioni) ma criticità gravi su Camere/Comfort datate (48, gravità critica), Struttura/Aree comuni datate (35, critica) e Pulizia camere (28, critica, con menzioni di muffa/insetti).	Coppie, Famiglie

Touchpoint	Stato	Evidenza	Segmento
Sito & booking engine	debole	Decine di pagine evento/offerta scadute ancora indicizzate con schema Hotel+Article/Offer (es. Tecnocasa 2022, Superbike 2023, Black Friday passati); nessun dato su velocità, mobile-UX o friction del booking engine.	Business 3B, Coppie (offerte stagionali)
Social	non disponibile	Nessun dato fornito su presenza/attività Instagram, Facebook, TikTok.	Famiglie (7-18), Coppie DINK
Post-stay & retention (CRM/loyalty)	non disponibile	Nessun dato fornito su raccolta contatti, email marketing o programma fedeltà.	Tutti i segmenti
B2B / corporate / MICE	debole	Pagine fiera numerose ma in gran parte scadute (Tecnocasa 2022/2024, ExpoDental 2024, Superbike 2023); non risulta una pagina MICE strutturata permanente con capacità/sale meeting.	Business/fiere

Gap prioritari

Coppie · Ricerca/shortlist e validazione

Camere e aree comuni datate (48+35 menzioni critiche) rischiano di vanificare l'attrattiva della SPA e della posizione proprio nel momento di validazione pre-prenotazione della coppia.

→ Piano di rinnovo graduale di camere/aree comuni prioritizzato sulle unità più vendute al segmento coppie, comunicato con foto aggiornate su sito/OTA per allineare aspettativa e realtà.

alto impatto · alto sforzo (investimento CAPEX)

Business/fiere (3B) · Trigger/ricerca rapida in prossimità di un evento

Decine di pagine evento/fiera indicizzate ma scadute (es. Tecnocasa 2022, Superbike 2023, ExpoDental 2024 ormai passata): intercettano male la domanda per le edizioni correnti e future.

→ Audit e refresh sistematico delle pagine evento con date aggiornate, redirect o rimozione delle pagine obsolete, creazione template riusabile per nuove edizioni.

alto impatto · basso/medio sforzo (content ops)

Tutti i segmenti (priorità Coppie e Famiglie) · Ricerca/shortlist via assistenti AI

Struttura assente nelle risposte OpenAI misurate; stato reale su Gemini/Perplexity sconosciuto per errore tecnico dell'audit.

→ Ripetere l'audit AEO con chiavi API valide su Gemini e Perplexity per ottenere un quadro completo; nel frattempo rafforzare i prerequisiti AI-readiness (dati strutturati Hotel/FAQPage, contenuti fattuali su servizi per segmento).

medio impatto (allargamento pool ispirazione) · basso sforzo per il re-audit, medio per i prerequisiti

Famiglie · Validazione dettagli (esigenze alimentari)

Il ristorante non è attrezzato per cucina senza glutine a colazione, limite dichiarato esplicitamente: può scoraggiare famiglie con bambini celiaci/intolleranti in fase di validazione.

→ Valutare investimento in una linea colazione gluten-free certificata o comunicare in modo più proattivo le alternative disponibili su richiesta, per non perdere la famiglia prima del contatto diretto.

medio impatto · medio sforzo

Coppie e Famiglie · Prenotazione diretta vs OTA

Nessun dato disponibile su parity prezzo diretto/OTA sui metasearch né su performance del booking engine: impossibile oggi valutare se il canale diretto sia competitivo.

→ Eseguire un audit di parity su Google Hotel Ads/Trivago/Kayak e un test di conversione del booking engine (velocità, step, metodi di pagamento) prima di investire in campagne sul diretto.

alto impatto potenziale · basso sforzo (verifica), ma propedeutico ad altre azioni

Cosa non sappiamo (limiti dichiarati)

- Stato reale di visibilità su Gemini e Perplexity: l'audit AEO ha restituito errore tecnico (chiavi API non valide) su tutte le query per questi due assistenti; vanno re-interrogati con credenziali valide prima di trarre conclusioni definitive sulla presenza o assenza della struttura.
- Rate parity diretto vs OTA sui metasearch (Google Hotel Ads, Trivago, Kayak): nessun dato fornito; da verificare con query dirette sui metasearch per capire se il canale diretto è penalizzato.
- Performance del booking engine (velocità di caricamento, numero di step, friction, metodi di pagamento, gestione fattura per il segmento business): nessun dato disponibile, da misurare con test diretti sul sito.
- Completezza e qualità del Google Business Profile (foto, attributi, Q&A presidiate, presenza del modulo Google Hotel con tariffa diretta accanto alle OTA): non fornito nei dati.
- Presenza e attività sui social (Instagram, Facebook, TikTok/YouTube), rilevanti soprattutto per famiglie 7-18 e coppie giovani DINK: nessun dato disponibile sull'esistenza o l'engagement dei profili.
- Esistenza e funzionamento di un sistema di CRM/retention post-stay (raccolta email, programma fedeltà, automazioni di re-booking diretto): non documentato.
- Quota reale di business intermediato via OTA vs diretto e relative commissioni sostenute: non fornito, utile per valutare la dipendenza dagli OTA.
- Presenza su canali B2B/TMC/GDS o portali MICE per il segmento fiere/congressi: non verificato, rilevante dato il numero di pagine evento sul sito.

Fedeltà AEO: l'audit interroga gli assistenti via API, che non sono identiche alle app consumer usate dagli ospiti (Perplexity Sonar è la più vicina; OpenAI/Gemini/Claude via tool di ricerca approssimano). I risultati variano per query, data e personalizzazione: vanno letti come indicazione direzionale, non come misura assoluta.



Analisi SWOT

✓ Strengths

Posizione centralissima vicino a viale Ceccarini e al mare

↳ Booking Posizione 9.04/10 (media zona: 9.23, Sotto media ma valore assoluto alto); ~47% delle recensioni (76 su 162) la citano come punto di forza principale

WiFi gratuito eccellente

↳ Booking WiFi 9.38/10 (media zona: 8.46, Eccelle) — unico parametro Booking sopra la media di zona

Staff percepito molto positivamente nel testo delle recensioni

↳ ~58% delle recensioni (94 su 162) elogiano lo staff, con 5 dipendenti citati per nome (Elisa, Michela, Angela, Sofia, Beatrice, Ana); Booking Staff 8.86/10 comunque sotto media zona (9.21, Critico) — divergenza tra percezione testuale e punteggio aggregato

Ristorazione a buffet e colazione apprezzate

↳ ~48% delle recensioni (78 su 162) elogiano pranzo/ cena a buffet, ~31% (51 su 162) elogiano la colazione abbondante e varia

✗ Weaknesses

Comfort delle camere sotto standard percepito per un 4 stelle

↳ Booking Comfort 8.25/10 (media zona: 8.88, Critico); ~30% delle recensioni (48 su 162) segnala camere piccole/datate/poco insonorizzate — tema negativo più citato in assoluto

Struttura e aree comuni datate, necessità di restauro

↳ Booking Servizi 8.02/10 (media zona: 8.68, Critico); ~22% delle recensioni (35 su 162) richiede un restauro di reception, sala colazione e arredamento esterno

Pulizia disomogenea con episodi gravi di insetti

↳ Booking Pulizia 8.5/10 (media zona: 8.95, Critico); ~17% delle recensioni (28 su 162) segnala sporcizia, muffa o insetti (cimici, grilli, scarafaggi), inclusi casi recenti (Rovena78, alice schinco)

Rapporto qualità-prezzo contestato rispetto alla classificazione a 4 stelle

↳ Booking Rapporto qualità-prezzo 8.11/10 (media zona: 8.66, Critico); ~11% delle recensioni (18 su 162) contesta esplicitamente lo standard 4 stelle

↗ Opportunities

Gap di visibilità organica su keyword ad alto volume legate alla destinazione, nonostante la posizione centrale sia il principale punto di forza percepito

↳ 0 keyword presidiate su 24 keyword attribuibili (~72340/mese); «hotel riccione» (22200/mese), «lungomare hotel riccione» (8100/mese) e «hotel riccione sul mare» (6600/mese) non posizionate, a fronte di ~47% delle recensioni (76 su 162) che citano la posizione come punto di forza

Domanda specifica famiglie non intercettata via SEO

↳ «family hotel riccione» (3600/mese) non presidiata; le famiglie sono ~15% dei viaggiatori Booking (46/303, stima da tag OTA) e ~21% delle menzioni testuali (34 su 162), con camere Family comunicanti e piscina bimbi già tra i servizi offerti

Mercato internazionale (tedesco/nord-europeo) sotto-rappresentato

⚠ Threats

Hotel Fantasy (4.7/5 su Google) e Hotel Boemia (4.5/5 su Google) si posizionano significativamente sopra il rating del cliente (3.9/5 su Google) nello stesso set competitivo, rappresentando un rischio concreto di spostamento della domanda verso alternative con rating superiore nella stessa fascia 4 stelle

Royal Boutique Hotel (4.2/5 su Google) opera nella stessa area con un rating superiore; il pattern di gestione del collegamento strutturale con l'Hotel Royal (9 recensioni su 162, ~6%, su spostamenti non concordati) rappresenta un rischio reputazionale specifico e distintivo del Diamond Experience Hotel

Momentum reputazionale in calo (ultimi 3 mesi 3.77/5 su 122 recensioni vs 3.93/5 sui 3 mesi precedenti su 35 recensioni, delta

↳ Solo ~1.3% delle recensioni Booking in tedesco (4/303) e ~2.3% in inglese (7/303) vs ~92% in italiano (278/303) — ampio margine di crescita su mercati non ancora intercettati, in una zona dove i competitor condividono simili limiti linguistici (dato non verificato sui competitor)

-0.16) in un contesto dove tutti i 6 competitor del set hanno rating Google pari o superiore al cliente

Aree di Intervento

● Criticità Confermate

Rapporto qualità-prezzo sotto media zona, in linea con la percezione di mismatch rispetto alla classificazione 4 stelle

Booking 8.11/10 (media zona: 8.66, Critico), uno dei divari più ampi del set di categorie. Il pain point 'Rapporto Qualità-Prezzo vs classificazione 4 stelle' conta 18 menzioni, con recensioni esplicite del tipo 'faccio fatica a capire come questa struttura possa essere classificata come hotel a quattro stelle'. Il dato è coerente con Servizi 8.02/10 (media zona: 8.68, Critico), Comfort 8.25/10 (media zona: 8.88, Critico) e Staff 8.86/10 (media zona: 9.21, Critico) — tutti sotto media tranne Posizione (9.04/10, media zona 9.23, Sotto media) e WiFi (9.38/10, media zona 8.46, Eccelle).

→ Il gap qualità-prezzo non è isolato ma sistemico: 4 categorie su 7 sono sotto media zona, indicando che la percezione di valore è trascinata verso il basso da più dimensioni contemporaneamente, non da un singolo fattore. Questo posiziona l'hotel in una zona di rischio nei filtri OTA che comparano rapporto qualità-prezzo nella stessa fascia di mercato.

Camere e struttura datate, confermate da recensioni e coerenti con comfort sotto media

Pain point 'Camere e Comfort' è il più menzionato (48 menzioni, gravità Critica, es. 'Per essere un 4 stelle la stanza era piccola e datata'). Pain point 'Struttura e Aree Comuni datate' conta 35 menzioni (gravità Critica, es. 'avrebbe bisogno di un'importante ristrutturazione'). Questo si riflette nel punteggio Comfort Booking 8.25/10 (media zona: 8.88, Critico).

→ Il tema 'datato' attraversa sia le camere che le aree comuni, suggerendo un problema strutturale diffuso e non puntuale. Impatta direttamente la coerenza tra classificazione a 4 stelle e esperienza percepita, elemento già citato esplicitamente da almeno 18 recensioni sul rapporto qualità-prezzo.

Pulizia sotto media zona con segnali recenti di aggravamento (insetti)

Booking Pulizia 8.5/10 (media zona: 8.95, Critico). Pain point 'Pulizia camere' conta 28 menzioni (gravità Critica, es. 'La pulizia è stata semplicemente inaccettabile'). Il MOMENTUM di reputazione è DECLINING (ultimi 3 mesi 3.77/5 su 122 recensioni vs 3.93/5 su 35 nei 3 mesi precedenti, delta -0.16). Segnali recenti (Rovena78, 344paridep, alic schinco nell'ultimo mese) riportano insetti (cimici, grilli, scarafaggi), un'escalation rispetto alla generica 'pulizia non accurata' di periodi precedenti.

→ Il trend negativo recente non è un episodio isolato ma un peggioramento su un parametro già critico rispetto alla media zona. La comparsa di insetti rappresenta un salto di gravità rispetto al tema pulizia generico, con potenziale effetto amplificato sulle recensioni più recenti che pesano maggiormente sulla reputazione online.

● Vantaggi Competitivi

WiFi gratuito come unico parametro Booking sopra la media zona, con margine ampio

Booking WiFi gratuito 9.38/10 (media zona: 8.46, Eccelle) — unico parametro su 7 categorie classificato 'Eccelle'. Tutti gli altri 6 parametri sono 'Sotto media' o 'Critico'.

→ È l'unico elemento in cui l'hotel supera nettamente lo standard di zona, un vantaggio puntuale ma isolato che non compensa i gap sistemici su comfort, servizi e qualità-prezzo.

Posizione centrale percepita positivamente, pur leggermente sotto media zona

Booking Posizione 9.04/10 (media zona: 9.23, Sotto media). Il tema 'Posizione' è il terzo punto di forza più citato nelle recensioni (76 menzioni), coerente con l'USP di vicinanza a viale Ceccarini e mare (50-60 metri).

→ Nonostante il punteggio sia tecnicamente sotto la media di zona, il volume di menzioni positive (76) indica che la posizione resta un driver di soddisfazione rilevante e un asset da proteggere nella comunicazione, anche se il margine sulla media zona è ridotto.

Staff e servizio come punto di forza più citato in assoluto

Il tema 'Staff e Servizio' è il più menzionato tra i punti di forza (94 menzioni), davanti a Ristorazione (78) e Posizione (76). Tuttavia Booking Staff è 8.86/10 (media zona: 9.21, Critico).

→ C'è una discrepanza tra il volume di apprezzamento qualitativo nelle recensioni testuali e il punteggio numerico Booking, che resta sotto la media di zona: il servizio è percepito positivamente in valore assoluto ma non sufficiente a competere con lo standard della concorrenza locale su questo specifico parametro.

● Gap e Opportunità

Domanda di ricerca locale non intercettata su keyword ad alto volume

0 keyword presidiate su 24 keyword attribuibili alla destinazione (posizione competitiva top 10), per una domanda totale di ~72340/mese non intercettata. Le keyword a maggior volume risultano NON posizionate: «hotel riccione» 22200/mese, «lungomare hotel riccione» 8100/mese, «hotel riccione sul mare» 6600/mese, «family hotel riccione» 3600/mese, «hotel 4 stelle riccione» 2900/mese.

→ L'assenza di posizionamento su «family hotel riccione» (3600/mese) è notevole considerando che Famiglie con bambini rappresentano un target dichiarato e le camere Family comunicanti/tematiche Cartoon sono un servizio distintivo: la domanda di ricerca specifica per questo segmento non trova corrispondenza nella visibilità organica attuale.

Segmentazione ospiti fortemente sbilanciata su viaggiatori singoli e mercato domestico

Il 47.5% delle recensioni Booking (149 su 303) è associato al tag 'Viaggiatori singoli', mentre Famiglie sono solo 14.6% (46) e Viaggiatori per affari 3.5% (11). Il mercato ospiti per lingua recensione è dominato da italiano al 91.7% (278 su 303), con inglese al 2.3% (7) e tedesco all'1.3% (4).

→ Il target dichiarato dal sito include esplicitamente famiglie, sportivi, business/fiere e pubblico internazionale (coerente con le numerose pagine su fiere come Tecnocasa, ExpoDental, Rimini Wellness), ma la composizione reale degli ospiti recensori mostra una concentrazione su viaggiatori singoli italiani, suggerendo un disallineamento tra posizionamento comunicato e mix di clientela effettivo riscontrabile nelle recensioni.

Overlap organico con competitor di autorità comparabile o superiore

Zoom Authority del dominio è 38, con 150 keyword organiche posizionate su un totale di 1083 keyword monitorate e traffico stimato 6029. Competitor in overlap: hotelroyalriccione.it (ZA 34, 19 keyword in comune — il maggiore overlap), hotelriccionevacanze.it (ZA 37, 10 keyword in comune), misanino.it (ZA 37, 10 keyword in comune), info-alberghi.com (ZA 35, 17 keyword in comune).

→ L'overlap più ampio (19 keyword) è con hotelroyalriccione.it, un dato rilevante alla luce dei 9 riferimenti nelle recensioni al tema 'collegamento hotel Royal' per problemi di gestione prenotazioni/spostamenti tra hotel collegati: la sovrapposizione di keyword organiche tra i due domini potrebbe riflettere o alimentare confusione nella ricerca e nella percezione dei due brand da parte degli utenti.

● **Da Monitorare**

Momentum reputazionale DECLINING: media ultimi 3 mesi 3.77/5 (122 recensioni) vs 3.93/5 (35 recensioni) nei 3 mesi precedenti, delta -0.16 — monitorare se il delta si allarga oltre -0.2 nel prossimo trimestre

Segnalazioni di insetti in camera: 3 casi espliciti nell'ultimo mese (Rovena78, 344paridep, alice schinco) su un totale di 28 menzioni pulizia — se le segnalazioni specifiche su insetti superano 5 casi/mese il tema richiede distinzione autonoma da 'pulizia generica'

Casi di gestione problematica prenotazioni/collegamento con hotel Royal: 9 menzioni totali più 2 casi recenti (Sara Garofalo una settimana fa, Eleonora Bellini 4 settimane fa) — se la frequenza sale a più di 1 caso/settimana indica un pattern operativo ricorrente da seguire

Quota di domanda organica non intercettata: 0 keyword presidiate su 24 keyword attribuibili (~72340/mese di gap) — monitorare se il numero di keyword presidiate rimane a 0 nei prossimi aggiornamenti di posizionamento

Conclusione

La tensione strategica principale è il disallineamento tra il punto di forza più riconosciuto dagli ospiti (posizione centrale, ~47% delle menzioni) e la sua totale assenza di presidio nella ricerca organica (0 keyword presidiate su 24, ~72340/mese di domanda non intercettata), mentre contemporaneamente le criticità strutturali su comfort, pulizia e rapporto qualità-prezzo — tutte confermate sotto media zona dal breakdown Booking — minano la credibilità della classificazione a 4 stelle rispetto a un set competitivo che supera il cliente su tutta la linea. I dati suggeriscono che qualsiasi investimento in visibilità digitale rischia di amplificare un'esperienza che oggi non è ancora all'altezza delle aspettative generate dalla posizione e dal marketing stagionale del sito.

Fonti Dati

Google Maps

✓ Raccolto

Rating **3.9/5**

Review
piattaforma **?**

Review
estratte **98**

Metodo **Google
Reviews**

TripAdvisor

Errore

URL fornito ma raccolta dati
fallita

Booking.com

✓ Booking.com

Rating **8.6/10**

Review
piattaforma **303**

Review
estratte **100**

Breakdown ✓

Guest
markets ✓

Confronto
zona ✓

Recensioni in finestra: **162** (ultimi 16 mesi) su 197 recensioni analizzabili (198 estratte in totale) · analizzate: **162**

⚠ Fonti mancanti:
tripadvisor

Altre fonti nel rating aggregato (da rich-snippet SERP): Hotels.com 8.0/10 · 39