

Quanto è credibile un sito?

Ad un occhio esperto il sito parla anche di quanto sia il tempo investito nella sua creazione e popolazione. Spesso le aziende più serie hanno siti con molte pagine che mostrano le capacità dell'azienda, i servizi offerti e ogni informazione sulla materia in un'ottica di trasparenza e lealtà verso il cliente. Spesso ad azienda non professionale corrisponde un sito composto da una pagina o poche pagine, senza approfondimenti. Ma non è solo contando le pagine che si ottiene un esito definitivo.

Regola rapida : leggere bene i feedback, l'elenco clienti ed i commenti in rete

Va anche valutata la credibilità di ciò che è scritto sul sito stesso.

Il Recupero Dati viene da noi spesso associato ad un'operazione chirurgica, in cui il rapporto di fiducia tra "paziente" e "medico" deve esistere ed essere forte. Pensiamo quindi che sia importante ottenere questa fiducia grazie ad una corretta ed onesta comunicazione. Troppo spesso la parole "gli unici, i primi, i soli, i migliori" fanno mostra di sé nella pubblicità. E' giusto che vi siano, ma se dieci aziende asseriscono di essere le prime, qualcosa non va. Valutate l'affermazione. Se qualcuno dice di essere l'unico a fare qualcosa (es. la diagnosi gratuita) e poi la diagnosi gratuita la trovate pubblicizzata su più di un sito, quell'azienda va valutata attentamente. Come minimo non aggiorna da tempo la propria comunicazione, oppure dice falsità. Chi si loda come migliore, dovrebbe dire in base a quale parametro o fornire risultati di pubblicità comparativa. Chi fornisce percentuali di successo molto vicine al 100% dovrebbe fornirne le prove. Se quindi vi è un'affermazione di unicità o di bravura, verificate che sia dimostrabile o chiedetene prova.

Un metodo utilizzabile è quello cosiddetto del passaparola. Cioè verificare cosa dicono altri dell'azienda che state esaminando. Oggi è frequente trovare sui siti web spazi per i feedback, ed esistono siti specializzati per fornire orientamento ai consumatori un po' su tutto. Verificate quindi se sul sito dell'azienda vi è una sezione relativa ai clienti o ai feedback. Se sì, leggeteli e cercate di capire se siano veritieri oppure inseriti a bella posta. Osservatene il numero, se i casi sono pubblicati senza riferimenti o invece contengono elementi di verità (nome e cognome del cliente, marca modello e seriale del disco, data del caso).

Se esiste un elenco dei clienti che hanno usufruito del servizio prima di voi, verificate se sono piccole aziende sconosciute o se l'azienda che state esaminando ha operato per multinazionali, enti, grandi aziende. Queste di solito fanno una ricerca approfondita prima di affidare un caso a qualcuno e possono aiutarvi a scegliere, fanno "curriculum".

Un'ultima verifica è possibile senza sforzo. Scrivete il nome dell'azienda o il dominio web (es. riparafiles.it) in Google e scorrete i risultati. Troverete forse qualche commento sui forum, sulla stampa online o su altri siti. Potreste trovare lamentele o complimenti. Potreste anche non trovare nulla e anche questa è una risposta. Chi non ha commenti evidentemente è in affari da poco e non ha ancora una storia dietro di sé.