

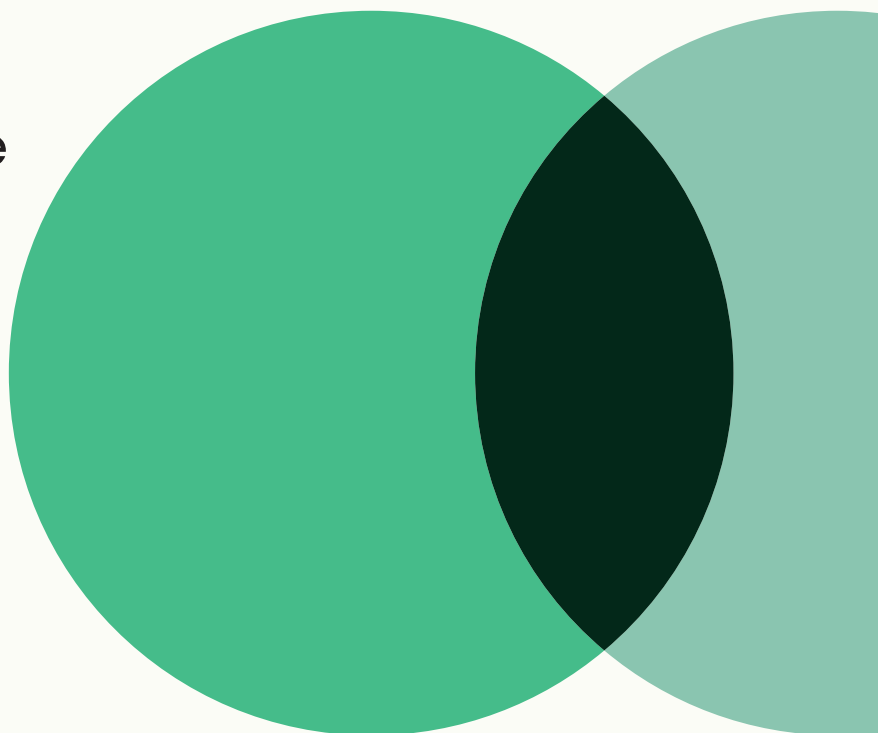


Whitepaper

La voce dei pazienti: come le recensioni online influenzano le scelte sanitarie degli italiani

La ricerca Trustpilot

Come le recensioni online
guidano le scelte nella
sanità privata





1. Introduzione

Il sistema sanitario italiano si trova oggi in una fase di profonda trasformazione, segnata da nuove esigenze da parte dei pazienti e da un'evoluzione nel modo in cui le persone accedono, valutano e scelgono i servizi sanitari, sia nel settore pubblico che in quello privato. In un contesto dove la fiducia e la trasparenza giocano un ruolo sempre più centrale, la reputazione online è diventata un elemento chiave del percorso decisionale.

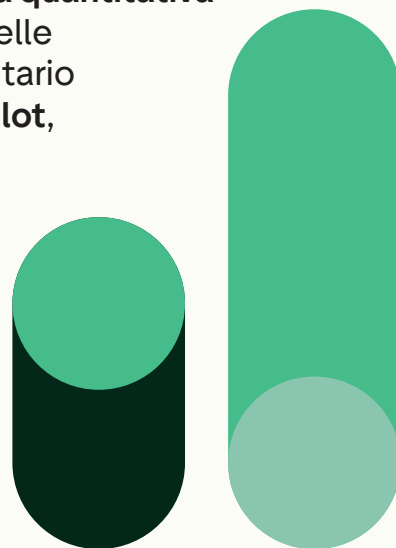
Le recensioni digitali sono ormai parte integrante dell'esperienza di cura: raccontano vissuti reali, offrono indicazioni pratiche e, soprattutto, aiutano altri utenti a orientarsi in un'offerta sempre più ampia e articolata. Le strutture e i professionisti che investono nel dialogo con i pazienti – anche attraverso i feedback online – costruiscono un vantaggio reputazionale che può fare la differenza.

Un dato significativo: **oltre il 40% degli italiani cerca informazioni sanitarie online¹**. Questo conferma quanto sia diventato digitale il primo contatto con il mondo della salute.

Questo white paper, realizzato da **Trustpilot**, si basa su una **ricerca quantitativa condotta a livello nazionale²**, con l'obiettivo di esplorare il ruolo delle recensioni nella scelta di strutture e professionisti del settore sanitario privato. L'analisi è arricchita da **dati interni alla piattaforma Trustpilot**, per offrire un quadro concreto, attuale e rilevante sulle abitudini, le aspettative e i comportamenti digitali dei pazienti italiani.

¹ Indagine Nomisma, 2024

² La ricerca è stata condotta online da Research Without Barriers (RWB) tra il 13 e il 19 giugno 2025 su un campione di 1.006 rispondenti adulti italiani che hanno usufruito di servizi sanitari presso strutture private negli ultimi 12 mesi.



2. Il percorso del paziente digitale: 8 italiani su 10 leggono recensioni prima di scegliere una struttura sanitaria

Oggi, per un numero crescente di italiani, la ricerca di un servizio sanitario inizia online. L'esperienza digitale non è più solo un passaggio accessorio, ma una fase fondamentale del percorso decisionale. Il paziente moderno si informa in autonomia, consulta più fonti e, soprattutto, cerca opinioni di altri utenti prima di scegliere a chi affidarsi.

Secondo i risultati dell'indagine realizzata da Trustpilot, **quasi 8 italiani su 10 (79%) leggono recensioni online prima di scegliere una struttura o un professionista sanitario**. Un dato che evidenzia quanto la voce dei pazienti precedenti stia diventando una bussola per chi è alla ricerca di cure, affidabilità e trasparenza.



Tra le piattaforme più utilizzate per consultare recensioni sanitarie, **1 italiano su 3 (33%) dichiara di utilizzare Trustpilot**. Un dato significativo, che conferma il ruolo crescente della piattaforma anche in un settore delicato come quello della salute. Pur in presenza di canali più generalisti come Google (77%) o portali specializzati (40%), sempre più pazienti scelgono spazi trasparenti e verificabili per orientarsi in modo consapevole. Questo dimostra come stia emergendo una preferenza per piattaforme che mettono al centro **l'autenticità del feedback**, la **facilità di accesso alle informazioni** e la **possibilità di dialogo diretto** tra struttura e paziente.

Ma quanto ci si fida, realmente, delle recensioni online nel contesto sanitario? Dalla ricerca emerge un quadro chiaro: **oltre il 70% degli intervistati dichiara di avere da moderata a forte fiducia nei confronti delle recensioni**, con il 39% che si colloca nelle fasce più alte della scala.

Come pesano le recensioni rispetto agli altri driver di scelta?

Quando è stato chiesto di mettere le **recensioni** a confronto con altri elementi decisionali tradizionali, emergono sfumature interessanti:

Elemento valutato	% “Molto importante” (voto 5)	% Totale rilevanza (voti 4-5)
Vicinanza	27%	63%
Prezzo	24%	61%
Sito ufficiale	19%	51%
Passaparola	16%	44%

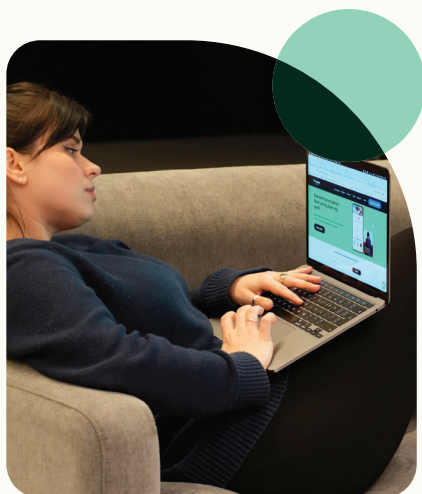
Le recensioni (dato presentato in apertura capitolo) ottengono il 71% di fiducia complessiva (voti 3-5), con il 39% nelle fasce più alte.

Questi numeri raccontano due verità:

- 1 Fattori pratici** come costo e distanza restano fondamentali: oltre sei italiani su dieci li giudicano “importanti” o “molto importanti”.
- 2 Reputazione digitale e passaparola online** (le recensioni) non sostituiscono i driver tradizionali, ma li completano, offrendo quella conferma emotiva di cui i pazienti hanno bisogno prima di prenotare.



Di fatto, il **77% degli utenti dichiara che, a parità di condizioni, sceglierebbe una struttura ricca di recensioni recenti e trasparenti rispetto a una che ne è priva**. Le parole degli altri diventano così un elemento decisionale alla pari – se non superiore – agli indicatori storicamente più forti.



Per Trustpilot, questo rappresenta una conferma importante. **Quando le persone cercano un servizio sanitario non cercano solo competenza: cercano fiducia**. Le recensioni online sono ormai la versione digitale del passaparola e stanno ridefinendo le regole del primo contatto tra pazienti e strutture. È per questo che crediamo nell'importanza di piattaforme aperte, verificabili e accessibili a tutti: perché una reputazione costruita in modo trasparente non solo guida le scelte, ma migliora la relazione tra struttura e paziente, già prima del primo appuntamento.

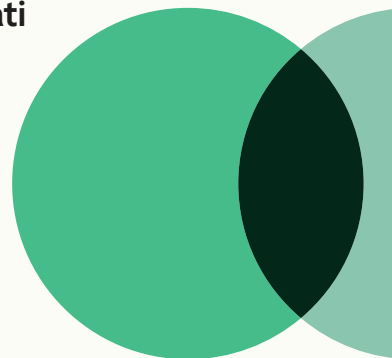
3. Il paziente recensore privato: motivazioni e barriere di un 42% di italiani

Le recensioni online non sono solo consultate: sono scritte, spesso con l'intenzione di lasciare un segno. Il momento in cui un paziente decide di raccontare la propria esperienza è cruciale, perché trasforma un percorso personale in un punto di riferimento per altri.

Secondo i dati raccolti, **il 42% degli italiani ha lasciato almeno una recensione dopo una prestazione sanitaria presso una struttura privata**. Una percentuale che, se da un lato evidenzia un buon livello di partecipazione, dall'altro suggerisce ancora un ampio margine di crescita.

Ma cosa spinge davvero un paziente a lasciare una recensione? In primo luogo, la voglia di premiare un'esperienza positiva: **il 60% degli intervistati lo ha fatto a seguito di un servizio eccellente**. A questo si aggiunge un forte senso di responsabilità verso gli altri utenti: **il 42% scrive una recensione per aiutare altri pazienti a fare scelte più consapevoli**.

Le recensioni negative sono meno frequenti (13%), ma rappresentano comunque un importante momento di verità: offrono uno spunto prezioso per il miglioramento continuo e, se gestite correttamente, possono rafforzare la fiducia nella struttura.



Naturalmente, non tutti si sentono pronti a raccontare pubblicamente il proprio vissuto sanitario. **Tra i principali ostacoli emergono la mancanza di tempo (37%)**, seguita dal timore di esporsi (27%) e da una generale **mancanza di interesse o abitudine (29%)**. In alcuni casi, pesa anche l'incertezza su dove poter lasciare la propria opinione in modo semplice e sicuro.

In questo contesto, creare uno spazio aperto, accessibile e verificabile diventa essenziale. Ogni recensione è un atto di fiducia: quando un paziente decide di condividere la propria esperienza, contribuisce non solo a migliorare la visibilità della struttura, ma anche a costruire un sistema sanitario più trasparente e informato. Per questo Trustpilot incoraggia le strutture a promuovere attivamente il dialogo con i pazienti, anche attraverso inviti strutturati alla recensione: un modo efficace e rispettoso per dare voce a chi ha vissuto un'esperienza reale e desidera condividerla.

4. Cosa cercano i pazienti nelle recensioni sanitarie: competenza e trasparenza all'81% e al 46%

Leggere una recensione sanitaria significa molto più che consultare un giudizio: significa cercare conferme, rassicurazioni e indicazioni su ciò che conta davvero in un'esperienza di cura. Ma quali aspetti vengono considerati più rilevanti dai pazienti quando valutano una struttura o un professionista?

Dalla ricerca emerge con chiarezza un primo dato: **la competenza del personale sanitario è il fattore più importante**, indicato dall'81% degli intervistati. Non sorprende, ma conferma che il primo bisogno dei pazienti è sentirsi in mani sicure, affidabili e qualificate.

Accanto a questo aspetto più tecnico, emergono poi **elementi legati alla qualità del servizio e alla relazione umana**. La trasparenza nelle informazioni (46%), il prezzo (49%) e l'aspetto strutturale del centro o dello studio (41%) sono tra i fattori più citati, insieme a puntualità (34%) ed empatia (38%).



Questi dati raccontano una verità semplice ma potente: i pazienti non cercano solo risultati clinici, ma **un'esperienza globale di fiducia e accessibilità**. Una recensione utile, quindi, è quella che riesce a trasmettere sia il livello professionale della prestazione ricevuta, sia la qualità dell'interazione umana, dell'ambiente e della comunicazione.

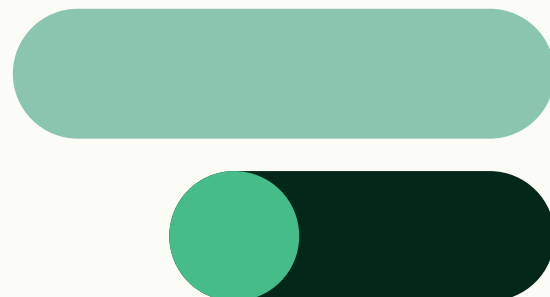
Il bisogno di chiarezza, ascolto e rassicurazione si riflette anche nel contenuto stesso delle recensioni. I pazienti cercano racconti dettagliati, esempi concreti, indicatori tangibili di affidabilità. In questo scenario, le recensioni assumono un valore doppio: da un lato guidano le scelte, dall'altro **aiutano le strutture a comprendere quali aspetti del servizio sono più percepiti e apprezzati**.

Per Trustpilot, offrire uno spazio aperto in cui questi elementi possano emergere in modo trasparente e ordinato significa facilitare un dialogo costruttivo tra pazienti e strutture. Le recensioni, se raccolte e gestite in modo efficace, diventano un punto di osservazione privilegiato per capire cosa funziona, cosa può essere migliorato e dove investire per creare un'esperienza sanitaria davvero centrata sulla persona.



I 5 aspetti più importanti in una recensione sanitaria secondo i pazienti

- 1 Competenza del professionista 81% ✓
- 2 Prezzo chiaro e adeguato 49% ✓
- 3 Trasparenza delle informazioni 46% ✓
- 4 Struttura e ambiente 41% ✓
- 5 Empatia e ascolto 38% ✓



Caso studio - Come Serenis usa Trustpilot per garantire qualità e umanità

Serenis, un centro medico online dedicato al benessere fisico e mentale, ha fatto delle recensioni uno strumento strategico per motivare i pazienti più insicuri a conoscere e fidarsi dei suoi servizi. Offrendo percorsi di psicoterapia, coaching, counseling, psichiatria e nutrizione a prezzi accessibili, Serenis si è concentrata sul raccogliere recensioni autentiche da utenti verificati, trasformando così i pazienti soddisfatti in veri ambassador del brand.

Attraverso una strategia di inviti a lasciare recensioni in momenti chiave del percorso terapeutico – ad esempio dopo almeno tre sedute, quando è possibile valutare il servizio con maggiore consapevolezza – Serenis ha migliorato significativamente il proprio Trustscore, raggiungendo un punteggio di 4.9 basato su oltre 1.400 recensioni. L'azienda ha inoltre sfruttato questi feedback per ottimizzare la SEO e le campagne di comunicazione, aumentando del 30% sia le conversioni degli inviti a recensire sia la portata organica.

Davide Bernasconi, Operations Manager di Serenis, spiega:

“Dietro ogni recensione c'è una persona reale che condivide la sua esperienza, motivando anche i più insicuri a compiere un primo passo importante. Trustpilot ci permette di raccogliere recensioni autentiche da utenti verificati, trasformando i pazienti soddisfatti dei loro percorsi in ambassador del brand.”

Grazie alla piattaforma Trustpilot, Serenis monitora costantemente la propria reputazione, adattando la strategia di raccolta feedback per massimizzare le risposte e migliorare la soddisfazione dei pazienti. Questo approccio consente di costruire una reputazione digitale solida e umana, allineata ai bisogni di chiarezza, ascolto e trasparenza ricercati dai pazienti nelle recensioni.

5. Il valore della reputazione per le strutture sanitarie private: il 77% degli utenti sceglie quelle con recensioni recenti

Se per i pazienti le recensioni rappresentano uno strumento di orientamento, per le strutture sanitarie private e i professionisti diventano una leva strategica. Una reputazione solida, costruita su esperienze reali, può influenzare in modo decisivo la percezione e la scelta.

Dalla ricerca emerge un dato chiaro: **il 77% degli utenti si dice più propenso a scegliere una struttura con molte recensioni recenti e trasparenti**, rispetto a una che non ne ha. In parallelo, **il 50% ammette di diffidare delle strutture che non hanno alcuna recensione online**. In un mercato in cui l'offerta è ampia e spesso poco differenziata, la reputazione digitale è ormai uno dei principali elementi distintivi.

Ma non è solo la quantità di recensioni a fare la differenza: anche la qualità della relazione che la struttura riesce a instaurare online gioca un ruolo importante. **Il 64% degli intervistati apprezza molto o estremamente quando una struttura risponde alle recensioni, anche negative**. Questo comportamento è percepito come un segno di attenzione, apertura e volontà di miglioramento.

Un'analisi condotta da Trustpilot su centinaia di migliaia di recensioni pubblicate tra gennaio e agosto 2025 nella categoria "Salute e Medicina³" conferma quanto le parole dei pazienti siano preziose per comprendere aspettative, criticità e punti di forza percepiti.

Nel complesso, il sentiment è molto positivo: circa **l'82% delle recensioni è a 5 stelle**, mentre solo il 7% si concentra su valutazioni negative (1 stella). Un'indicazione chiara del fatto che chi recensisce tende a raccontare esperienze molto positive.

L'analisi delle parole chiave più ricorrenti evidenzia inoltre la centralità di diversi concetti legati alla patient experience: staff, servizio, prezzo e qualità sono menzionati nel **39% delle recensioni totali**.



³ Dati estratti dalla piattaforma di Trustpilot in data 11 settembre 2025 e riferiti alle recensioni di utenti italiani lasciate per le aziende presente in una selezione di sottocategorie nella categoria "Salute e Medicina".

Questi dati non solo offrono una fotografia del vissuto dei pazienti, ma rappresentano una mappa utile per le strutture che vogliono investire sulla propria reputazione partendo dai bisogni reali espressi online. Ed è proprio in questo contesto di ascolto e risposta continua che entra in gioco un altro elemento fondamentale: la trasparenza.

L'80% degli intervistati ritiene che la presenza su una piattaforma di recensioni aperta e verificabile aumenti la trasparenza di una struttura sanitaria. Questo dato sottolinea quanto i pazienti non cerchino solo opinioni, ma anche contesti affidabili in cui queste possano essere espresse e lette con fiducia.

All'interno di questo scenario, è utile considerare che ogni tipologia di struttura privata – dal centro diagnostico al poliambulatorio, dal centro dentistico alla realtà specialistica – risponde a bisogni diversi e può valorizzare aspetti diversi attraverso le recensioni. Per alcune prevale la richiesta di chiarezza e accessibilità, per altre l'attenzione all'ambiente o alla relazione. **Comprendere questi segnali, tracciati proprio attraverso i feedback dei pazienti, è il primo passo per rafforzare la propria offerta e la propria reputazione.**

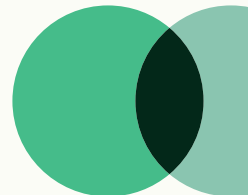
Anche per Trustpilot, la trasparenza è un valore centrale. Offrire uno spazio in cui ogni struttura può raccogliere recensioni in modo aperto, monitorare i propri punti di forza e rispondere in maniera pubblica, significa creare fiducia su entrambi i lati del rapporto: chi cerca un servizio si sente più sicuro, chi lo offre ha la possibilità concreta di ascoltare e migliorare.

6. La spinta verso la sanità privata: l'83% degli italiani la sceglie per risposte rapide e personalizzate



Negli ultimi anni, il ricorso alla sanità privata è diventato una scelta sempre più diffusa tra gli italiani. Le motivazioni non sono solo legate alla qualità percepita del servizio, ma anche – e soprattutto – alla necessità di risposte rapide e personalizzate.

Secondo i dati raccolti, **l'83% degli intervistati ha recentemente scelto una struttura privata per ricevere una prestazione sanitaria.** Un dato che riflette un cambiamento profondo nel comportamento delle persone, sempre più orientate verso soluzioni che garantiscano tempi certi, accessibilità e controllo.



Il principale fattore che spinge verso il privato è la difficoltà di accesso alla sanità pubblica: **il 78% cita i tempi di attesa troppo lunghi come prima motivazione**. A questo si aggiungono la **possibilità di scegliere il professionista** (34%) e una **maggiore fiducia nei professionisti del privato** (24%). Non meno rilevanti sono le **esperienze negative pregresse nel pubblico** e l'**indisponibilità di alcune prestazioni**, che spingono parte della popolazione a rivolgersi altrove.

Ma c'è un altro elemento da non sottovalutare: **il 17% degli intervistati indica la facilità di accesso alle informazioni online – comprese le recensioni – come un fattore che li ha aiutati a scegliere il privato**. Questo dato conferma un trend già emerso nei capitoli precedenti: oggi, la visibilità online è un driver reale, capace di influenzare le scelte anche in un settore tradizionalmente guidato dal passaparola e dalla prossimità.

Per Trustpilot, questo è un segnale chiaro: la possibilità di **consultare esperienze verificate, recenti e dettagliate** può aiutare i pazienti a sentirsi più sicuri anche quando si trovano a dover affrontare decisioni delicate. In un momento in cui l'autonomia di scelta è sempre più importante, **la reputazione digitale diventa un alleato essenziale nel percorso verso cure più consapevoli**.

7. Reputazione online: perché il 75% dei pazienti sceglie chi ascolta davvero

In uno scenario in cui l'offerta sanitaria privata è sempre più ampia e i pazienti sono sempre più consapevoli, la **reputazione online rappresenta un vantaggio competitivo reale**. Non si tratta più solo di visibilità: oggi le strutture che scelgono di investire in trasparenza, ascolto e relazione continua con il paziente ottengono un ritorno tangibile in termini di fiducia e preferenza.

Secondo l'indagine realizzata da Trustpilot, **il 75% degli intervistati ritiene che in futuro le recensioni online avranno un impatto ancora maggiore sulle scelte sanitarie** rispetto a oggi. Un segnale chiaro che testimonia quanto i pazienti percepiscano le recensioni come uno strumento affidabile, utile e in evoluzione.

È interessante notare come anche la percezione dell'utilità delle recensioni da parte delle strutture stia cambiando: **il 57% degli utenti pensa che le strutture sanitarie le apprezzino spesso o quasi sempre**. Questo indica una crescente apertura del settore nei confronti della reputazione digitale e del suo potenziale strategico.



Caso studio – Primo Caredent Group: costruire fiducia, una recensione alla volta

Primo Caredent Group, uno dei principali network italiani di centri dentistici, ha scelto Trustpilot per valorizzare l'esperienza dei pazienti e rendere visibile la qualità del servizio offerto.

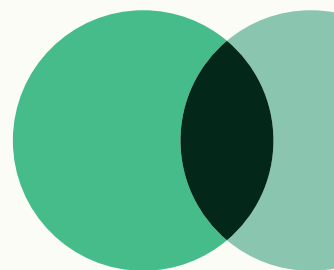
Attraverso una strategia di raccolta recensioni integrata e un monitoraggio costante del sentiment, il brand ha potuto:

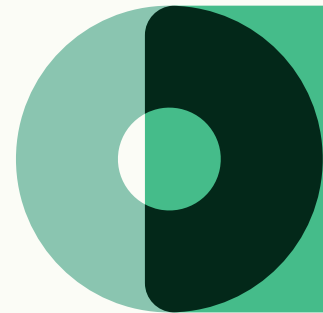
- costruire una presenza credibile e trasparente online
- rafforzare la relazione con i pazienti rispondendo ai feedback entro 24 ore
- aumentare la fiducia percepita nei confronti dei marchi e dei centri del gruppo

“Trustpilot ci ha aiutati a raccontare chi siamo, valorizzando le esperienze positive e dando voce ai nostri pazienti”, racconta **Simone Laurino, Project Manager di Primo Caredent Group** nel case study.

Questo caso dimostra che **l'ascolto attivo e la trasparenza non sono solo elementi di comunicazione, ma strumenti di posizionamento reale**. Le recensioni diventano touchpoint strategici per coinvolgere, fidelizzare e differenziare.

Per Trustpilot, promuovere un sistema aperto e verificabile significa offrire alle strutture sanitarie un'opportunità concreta per emergere in un mercato competitivo. Le organizzazioni che abbracciano questo approccio non solo migliorano la propria reputazione, ma dimostrano, ogni giorno, di mettere davvero al centro la voce dei pazienti.





8. Conclusioni

Dalla ricerca – condotta con un focus specifico sulla sanità privata in Italia – emerge con forza un messaggio chiaro: **le recensioni non sono più semplici opinioni, ma un asset strategico**. In un contesto in cui il paziente è sempre più informato e consapevole, la reputazione digitale può fare la differenza tra essere scelti o ignorati, tra ispirare fiducia o sollevare dubbi.

- **Le recensioni rappresentano un vantaggio competitivo reale per le strutture sanitarie private**, aiutando i pazienti a orientarsi in un'offerta sempre più ampia e accelerando la costruzione della fiducia ancora prima del primo contatto.
- **Le strutture che si dimostrano trasparenti, reattive e aperte al dialogo** – anche attraverso le risposte alle recensioni – sono percepite come più affidabili, professionali e attente ai bisogni delle persone.
- **Trustpilot si posiziona come una piattaforma aperta, accessibile e verificabile**, in grado di supportare un rapporto più diretto e autentico tra struttura e paziente, facilitando l'ascolto, la crescita e la costruzione di una reputazione solida e meritata.



Vuoi costruire la tua reputazione online nel settore sanitario?

Richiedi una consulenza gratuita

Scopri come migliorare la tua visibilità, raccogliere feedback autentici e trasformare le recensioni in un vero vantaggio competitivo.

Il nostro team è a tua disposizione per aiutarti a iniziare.