Google batte Socials 51 a 2

Google batte Socials 51 a 2. Almeno secondo lo studio di **BrightEdge**, società di marketing online, che, dopo aver analizzato milioni di dati, ha affermato che per quanto riguarda le prenotazioni alberghiere il traffico arriva principalmente dalla **Ricerca organica** su Google, oltre il 50%, mentre le varie reti sociali arrivano solo a un 2% del traffico totale. Il traffico per i siti di prenotazione alnberghiera arriva inoltre dal **Display, emailing e referral**, al 30% circa, e dal **Paid Search**, che si attesta sul 18% circa.

Numeri che relegano il ruolo, per le prenotazioni s'intenda, dei social in secondo piano per questo settore che, però, risultano comunque poco trainanti anche per altri segmenti economici come i servizi online o la tecnologia arrivando al massimo al 5% del totale.

Infine dallo studio BrightEdge si evince che i **contenuti RichMedia**, ovvero foto e video, alzano di un 13% circa i click through sui siti in generale, conovogliando così maggior traffico grazie a questa tipologia di contenuti.