

Le scelte Feste in piazza e 4 stelle

I dati elaborati dalla web agency Info Alberghi Srl relativi al traffico online sul portale di promozione alberghiera www.info-alberghi.com, testimoniano alti livelli di interesse per il Capodanno in Riviera romagnola da parte degli utenti online.

Moltissime le visite al portale nel periodo delle feste. In particolare, molto gettonate nel periodo dal 1° ottobre al 31 dicembre le località che proponevano un grande evento per la notte di San Silvestro: in testa Rimini con 35.185 visualizzazioni della pagina relativa al Capodanno (sulle 459.228 totali ricevute dal portale), seguita da Riccione con 28.326 visualizzazioni, Cesenatico (6.981), Milano Marittima (4.547) e Cattolica (2.994). Ultime Bellaria e Cervia, rispettivamente con 2.133 e 1.746 visualizzazioni di pagina.

A piacere, però, non è stato solo il concerto di Marco Mengoni a Rimini, ma in generale le feste di piazza. Un dato interessante sulle preferenze degli utenti in tema di Capodanno, infatti, si ricava dall'analisi dei dati relativi all'invio di una newsletter il 26 dicembre a 280 mila persone in tutta Italia in cui veniva chiesto di cliccare su tre pagine: una relativa alle feste di piazza organizzate in Riviera, una sul concerto di piazza Fellini e una sulle feste organizzate in discoteca.

La preferenza degli utenti è ricaduta sulle feste di piazza la cui pagina dedicata ha ricevuto 1206 visualizzazioni, seguita dalla pagina "Mengoni" (895). Meno appeal sembrano aver esercitato le feste in discoteca, che raggiungono 504 visualizzazioni.

Per quanto riguarda le preferenze in fatto di hotel, gli utenti sembrano avere le idee chiare: privilegiati gli hotel che hanno inserito offerte relative al Capodanno e tra questi in particolare gli hotel 4 stelle rispetto ai 3 stelle (invertendo la tendenza estiva che vede i 3 stelle al top delle ricerche), e quelli con centro benessere all'interno. Molto ricercati anche gli alberghi con offerte per i bambini.

Un'ultima considerazione riguarda il modo di navigare. Sempre più usati tablet e smartphone a discapito del pc tradizionale: il 35% degli utenti naviga il portale da mobile. Di questi, il 23% accede da smartphone e il 12% da tablet. A seconda del dispositivo utilizzato cambia anche il comportamento online: se da tablet e desktop la durata media di visita si aggira sui 4 minuti e le pagine visitate sono rispettivamente 4 e 4,7 in media, sullo smartphone il tempo di visita scende a 2 minuti e mezzo e il numero di pagine aperte a 2,7.

Si delinea quindi una nuova classe di navigatori, più frettolosi e meno inclini all'approfondimento dei contenuti. Più distratti? Di sicuro più selettivi, in virtù delle piccole dimensioni dello schermo e delle condizioni di navigazione che favoriscono una consultazione "mordi e fuggi".