

Le rôle des réseaux sociaux dans la recommandation dhôtels est négligeable

Écrit par sylvie.duval@finances.gouv.fr (Sylvie Duval)

Mardi, 30 Octobre 2012 00:00 -

Le poids des réseaux sociaux dans la recommandation d'hôtels est, définitivement, totalement négligeable : Facebook n'intervient plus qu'à raison de 1,6 p.c. (2 p.c. l'an dernier), sans parler de Twitter (0,1 p.c.). Quoiqu'en légère baisse, la famille et les amis restent — comme avant l'invention d'Internet ! — les meilleurs prescripteurs (22,9 p.c.). Ils précèdent, toutes deux en hausse, les agences en ligne (20,7 p.c.) et TripAdvisor (18,2 p.c.), dont les avis se retrouvent dans nombre de ces dernières, et les « autres » sources d'information, pour l'essentiel Google et les moteurs de recherche.

Quant aux agences de voyage, en hausse elles aussi, elles ne comptent que pour 3,1 p.c. [[tno](#)
[oz](#)]

[en savoir plus](#)

Consultez la source sur Veille info tourisme: [Le rôle des réseaux sociaux dans la recommandation dhôtels est négligeable](#)