

Non ottimizzare per Yahoo e Bing significa meno traffico.

di Paolo Franzese

Dal punto di vista SEO SEM di concentrandosi su Google storicamente ha avuto i suoi frutti per le piccole e anche medie imprese.

Alcune aziende non hanno pensato affatto ad Yahoo, per non parlare di Bing.

Ma dopo la fusione hanno il controllo di circa il 28% di tutto il traffico di ricerca, secondo [comScore](http://comScore.com).

Ritengo sia il momento di pensare anche a Yahoo e Bing, voi?

Core Search Entity	Explicit Core Search Share (%)		
	Sep-10	Oct-10	Point Change
Total Explicit Core Search	100.0%	100.0%	N/A
Google Sites	69.1%	69.3%	0.2
Yahoo! Sites	16.7%	16.5%	-0.2
Microsoft Sites	11.2%	11.5%	0.3
Ask Network	3.7%	3.8%	-0.1
AOL LLC Network	2.3%	2.1%	-0.2

www.imaginepaolo.it

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 24 Novembre 2010